

+

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

การศึกษาในหัวข้อเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของผลิตภัณฑ์สีย้อมและเคมีภัณฑ์สิ่งทอ บริษัท คาสคาดา (ประเทศไทย) จำกัด ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากลูกค้าที่ใช้ผลิตภัณฑ์สีย้อม และเคมีภัณฑ์สิ่งทอของบริษัทฯ ในปัจจุบัน จำนวน 80 ราย แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามและกิจการ (ตารางที่ 1 – 3)

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของผลิตภัณฑ์สีย้อมและเคมีภัณฑ์สิ่งทอ ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด (ตารางที่ 4 – 8)

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของผลิตภัณฑ์สีย้อมและเคมีภัณฑ์สิ่งทอจำแนกตามตำแหน่ง, ฝ่ายที่สังกัดของผู้ตอบแบบสอบถาม และทุนจดทะเบียนของกิจการที่ผู้ตอบแบบสอบถามทำงานอยู่ (ตารางที่ 9-20)

ส่วนที่ 4 ปัญหาของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดผลิตภัณฑ์สีย้อมและเคมีภัณฑ์สิ่งทอ ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด (ตารางที่ 21 – 25)

ส่วนที่ 5 ปัญหาของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดผลิตภัณฑ์สีย้อมและเคมีภัณฑ์สิ่งทอ จำแนกตามตำแหน่ง, ฝ่ายที่สังกัดของผู้ตอบแบบสอบถาม และทุนจดทะเบียนของกิจการที่ผู้ตอบแบบสอบถามทำงานอยู่ (ตารางที่ 26 – 37)

ส่วนที่ 6 ปัญหาอื่นๆ ที่พบ และข้อเสนอแนะเพิ่มเติม (ตารางที่ 38 – 39)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามและกิจการ (ตารางอื่นๆ ที่แสดงด้านประชากรศาสตร์อยู่ในภาคผนวก ข)

ตารางที่ 1 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่งของผู้ตอบแบบสอบถาม

| ตำแหน่งของผู้ตอบแบบสอบถาม        | จำนวน     | ร้อยละ        |
|----------------------------------|-----------|---------------|
| เจ้าของกิจการ & กรรมการผู้จัดการ | 11        | 13.75         |
| ผู้จัดการ                        | 27        | 33.75         |
| ผู้ช่วยผู้จัดการ & หัวหน้างาน    | 13        | 16.25         |
| พนักงาน                          | 29        | 36.25         |
| <b>รวม</b>                       | <b>80</b> | <b>100.00</b> |

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีตำแหน่งงานในสถานประกอบการนี้เป็นพนักงาน มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.25 รองลงมาเป็นผู้จัดการ ร้อยละ 33.75 เป็นผู้ช่วยผู้จัดการและหัวหน้างาน ร้อยละ 16.25 และเป็นเจ้าของกิจการและกรรมการผู้จัดการ ร้อยละ 13.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามฝ่ายที่สังกัดของผู้ตอบแบบสอบถาม

| ฝ่ายที่สังกัดของผู้ตอบแบบสอบถาม                          | จำนวน     | ร้อยละ        |
|--|-----------|---------------|
| ฝ่ายบริหารระดับสูง<br>(เจ้าของกิจการและกรรมการผู้จัดการ) | 11        | 13.75         |
| ฝ่ายผลิต   | 23        | 28.75         |
| ฝ่ายควบคุมคุณภาพ   | 27        | 33.75         |
| ฝ่ายจัดซื้อ  | 19        | 23.75         |
| <b>รวม</b>   | <b>80</b> | <b>100.00</b> |

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามสังกัดฝ่ายควบคุมคุณภาพ มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.75 รองลงมาฝ่ายผลิต ร้อยละ 28.75 ฝ่ายจัดซื้อ ร้อยละ 23.75 และฝ่ายบริหารระดับสูง (เจ้าของกิจการและกรรมการผู้จัดการ) ร้อยละ 13.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามทุนจดทะเบียนของกิจการ  
ที่ทำงานอยู่

| ทุนจดทะเบียนของกิจการที่ผู้ตอบแบบสอบถามทำงานอยู่ | จำนวน     | ร้อยละ        |
|--|-----------|---------------|
| ไม่เกิน 5 ล้านบาท                                | 8         | 10.00         |
| 5 – 10 ล้านบาท                                   | 16        | 20.00         |
| 11 – 15 ล้านบาท                                  | 11        | 13.75         |
| 16 ล้านบาทขึ้นไป                                 | 45        | 56.25         |
| รวม  | <b>80</b> | <b>100.00</b> |

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทำงานอยู่ในกิจการที่มีทุนจดทะเบียน 16 ล้านบาทขึ้นไป มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.25 รองลงมามีทุนจดทะเบียน 5 – 10 ล้านบาท ร้อยละ 20.00 มีทุนจดทะเบียน 11 – 15 ล้านบาท ร้อยละ 13.75 และมีทุนจดทะเบียนไม่เกิน 5 ล้านบาท ร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริษัทส่วนประสมการตลาดของผลิตภัณฑ์สีย้อมและเคมีภัณฑ์  
สิ่งทอ บริษัท คาสคาตา (ประเทศไทย) จำกัด

ตารางที่ 4 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของ  
ลูกค้าต่อบริษัทส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์

| ด้านผลิตภัณฑ์  | ระดับของความพึงพอใจ |                   |                   |                   |                   | ค่าเฉลี่ย<br>(แปล<br>ผล) | SD.         | ลำดับ<br>ที่ |
|--|---------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|--------------------------|-------------|--------------|
|  | มากที่สุด           | มาก               | ปาน<br>กลาง       | น้อย              | น้อย<br>ที่สุด    |                          |             |              |
|  | จำนวน<br>(ร้อยละ)   | จำนวน<br>(ร้อยละ) | จำนวน<br>(ร้อยละ) | จำนวน<br>(ร้อยละ) | จำนวน<br>(ร้อยละ) |                          |             |              |
| มีความหลากหลายของ<br>ประเภท/ชนิดผลิตภัณฑ์<br>สีย้อมและเคมีภัณฑ์ที่<br>เหมาะสมต่อความ<br>ต้องการของลูกค้า | 12<br>(15.0)        | 46<br>(57.5)      | 19<br>(23.8)      | 3<br>(3.8)        | 0<br>(0.0)        | 3.84<br>(มาก)            | 0.71        | 4            |
| มีคุณภาพที่เหมาะสม<br>เป็นไปตามความ<br>ต้องการของลูกค้า  | 15<br>(18.8)        | 42<br>(52.5)      | 22<br>(27.5)      | 1<br>(1.3)        | 0<br>(0.0)        | 3.89<br>(มาก)            | 0.71        | 2            |
| ผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่าย<br>มีชื่อเสียงหรือความ<br>น่าเชื่อถือ   | 17<br>(21.3)        | 45<br>(56.3)      | 17<br>(21.3)      | 1<br>(1.3)        | 0<br>(0.0)        | 3.98<br>(มาก)            | 0.69        | 1            |
| เทคโนโลยีบรรจุภัณฑ์<br>และการบรรจุหีบห่อของ<br>ผลิตภัณฑ์ทันสมัย<br>สวยงาม                                | 16<br>(20.0)        | 34<br>(42.5)      | 30<br>(37.5)      | 0<br>(0.0)        | 0<br>(0.0)        | 3.83<br>(มาก)            | 0.74        | 5            |
| มีเอกสารประกอบมา<br>พร้อมผลิตภัณฑ์ / คู่มือ<br>การใช้งาน   | 16<br>(20.0)        | 37<br>(46.3)      | 26<br>(32.5)      | 1<br>(1.3)        | 0<br>(0.0)        | 3.85<br>(มาก)            | 0.75        | 3            |
| มีเงื่อนไขการ<br>รับประกันผลิตภัณฑ์ที่<br>เหมาะสม  | 10<br>(12.5)        | 35<br>(43.8)      | 32<br>(40.0)      | 3<br>(3.8)        | 0<br>(0.0)        | 3.65<br>(มาก)            | 0.75        | 6            |
| <b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>  |                     |                   |                   |                   |                   | <b>3.84</b><br>(มาก)     | <b>0.73</b> |              |

จากตารางที่ 4 พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (3.84) โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ ดังนี้ ผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายมีชื่อเสียงหรือความน่าเชื่อถือ (3.98) มีคุณภาพเหมาะสมเป็นไปตามความต้องการของลูกค้า (3.89) มีเอกสารประกอบมาพร้อมผลิตภัณฑ์ / คู่มือการใช้งาน (3.85) มีความหลากหลายของประเภท/ชนิดผลิตภัณฑ์สีเขียวและเคมีภัณฑ์ที่เหมาะสมต่อความต้องการของลูกค้า (3.84) เทคโนโลยีบรรจุภัณฑ์และการบรรจุหีบห่อของผลิตภัณฑ์ทันสมัยสวยงาม (3.83) และมีเงื่อนไขการรับประกันผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม (3.65)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 5 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของ  
ลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา

| ด้านราคา  | ระดับของความพึงพอใจ |                   |                   |                   |                   | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล)     | SD.         | ลำดับ<br>ที่ |
|---|---------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|--------------------------|-------------|--------------|
|   | มากที่สุด           | มาก               | ปานกลาง           | น้อย              | น้อยที่สุด        |                          |             |              |
|   | จำนวน<br>(ร้อยละ)   | จำนวน<br>(ร้อยละ) | จำนวน<br>(ร้อยละ) | จำนวน<br>(ร้อยละ) | จำนวน<br>(ร้อยละ) |                          |             |              |
| ราคาที่จัดจำหน่าย<br>เหมาะสมกับคุณภาพ                               | 4<br>(5.0)          | 15<br>(18.8)      | 47<br>(58.8)      | 12<br>(15.0)      | 2<br>(2.5)        | 3.09<br>(ปานกลาง)        | 0.80        | 3            |
| มีระยะเวลาการยื่น<br>ราคาที่เหมาะสม<br>(ราคาไม่เปลี่ยนแปลง<br>บ่อย) | 4<br>(5.0)          | 16<br>(20.0)      | 41<br>(51.3)      | 15<br>(18.8)      | 4<br>(5.0)        | 3.01<br>(ปานกลาง)        | 0.89        | 4            |
| มีการให้ส่วนลดตาม<br>ปริมาณการสั่งซื้อ                              | 3<br>(3.8)          | 14<br>(17.5)      | 41<br>(51.3)      | 13<br>(16.3)      | 9<br>(11.3)       | 2.86<br>(ปานกลาง)        | 0.96        | 5            |
| มีระยะเวลาปลอด<br>ดอกเบี้ยที่เหมาะสม/ มี<br>เครดิตเทอมเหมาะสม       | 5<br>(6.3)          | 15<br>(18.8)      | 46<br>(57.5)      | 12<br>(15.0)      | 2<br>(2.5)        | 3.11<br>(ปานกลาง)        | 0.83        | 1            |
| มีเงื่อนไขการชำระเงิน<br>ที่มีทางเลือกให้ลูกค้า                     | 5<br>(6.3)          | 21<br>(26.3)      | 39<br>(48.8)      | 8<br>(10.0)       | 7<br>(8.8)        | 3.11<br>(ปานกลาง)        | 0.98        | 2            |
| <b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>   |                     |                   |                   |                   |                   | <b>3.04</b><br>(ปานกลาง) | <b>0.89</b> |              |

จากตารางที่ 5 พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.04) โดยปัจจัยย่อยด้านราคามีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ ดังนี้ มีระยะเวลาปลอดดอกเบี้ยที่เหมาะสม/ มีเครดิตเทอมเหมาะสม (3.11) มีเงื่อนไขการชำระเงินที่มีทางเลือกให้ลูกค้า (3.11) ราคาที่จัดจำหน่ายเหมาะสมกับคุณภาพ (3.09) มีระยะเวลาการยื่นราคาที่เหมาะสม (ราคาไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย) (3.01) และ มีการให้ส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อ (2.86)

ตารางที่ 6 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของ  
ลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

| ด้านช่องทางการ<br>จัดจำหน่าย   | ระดับของความพึงพอใจ |                   |                   |                   |                   | ค่า<br>เฉลี่ย<br>(แปล<br>ผล) | SD.         | ลำดับ<br>ที่ |
|--|---------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|------------------------------|-------------|--------------|
|  | มาก<br>ที่สุด       | มาก               | ปาน<br>กลาง       | น้อย              | น้อย<br>ที่สุด    |                              |             |              |
|  | จำนวน<br>(ร้อยละ)   | จำนวน<br>(ร้อยละ) | จำนวน<br>(ร้อยละ) | จำนวน<br>(ร้อยละ) | จำนวน<br>(ร้อยละ) |                              |             |              |
| มีความสะดวกในการติดต่อ<br>สั่งซื้อผลิตภัณฑ์                                    | 16<br>(20.0)        | 42<br>(52.5)      | 20<br>(25.0)      | 2<br>(2.5)        | 0<br>(0.0)        | 3.90<br>(มาก)                | 0.74        | 3            |
| มีความรวดเร็วในการจัดส่ง<br>ผลิตภัณฑ์  | 12<br>(15.0)        | 32<br>(40.0)      | 34<br>(42.5)      | 2<br>(2.5)        | 0<br>(0.0)        | 3.68<br>(มาก)                | 0.76        | 7            |
| ผลิตภัณฑ์ที่จัดส่งให้ถูกต้อง<br>ทั้งประเภทและชนิดตามที่<br>ได้ระบุในใบสั่งซื้อ | 21<br>(26.3)        | 38<br>(47.5)      | 20<br>(25.0)      | 1<br>(1.3)        | 0<br>(0.0)        | 3.99<br>(มาก)                | 0.76        | 2            |
| พนักงานส่งผลิตภัณฑ์<br>สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับ<br>ผลิตภัณฑ์ได้ถูกต้องชัดเจน   | 14<br>(17.5)        | 32<br>(40.0)      | 32<br>(40.0)      | 1<br>(1.3)        | 1<br>(1.3)        | 3.71<br>(มาก)                | 0.81        | 6            |
| พนักงานที่จัดส่งผลิตภัณฑ์<br>มีจำนวนเพียงพอในการ<br>ให้บริการ                  | 9<br>(11.3)         | 34<br>(42.5)      | 37<br>(46.3)      | 0<br>(0.0)        | 0<br>(0.0)        | 3.65<br>(มาก)                | 0.68        | 8            |
| พนักงานจัดส่งมี<br>บุคลิกลักษณะที่ดีและมี<br>ความเป็นมิตร                      | 8<br>(10.0)         | 41<br>(51.3)      | 31<br>(38.8)      | 0<br>(0.0)        | 0<br>(0.0)        | 3.71<br>(มาก)                | 0.64        | 5            |
| บริษัทมีสต็อกที่เพียงพอ<br>ต่อการจัดจำหน่ายเสมอ                                | 4<br>(5.0)          | 27<br>(33.8)      | 38<br>(47.5)      | 9<br>(11.3)       | 2<br>(2.5)        | 3.28<br>(ปาน<br>กลาง)        | 0.83        | 9            |
| ผลิตภัณฑ์ที่ถึงมือลูกค้ามี<br>สภาพสมบูรณ์                                      | 11<br>(13.8)        | 48<br>(60.0)      | 21<br>(26.3)      | 0<br>(0.0)        | 0<br>(0.0)        | 3.88<br>(มาก)                | 0.62        | 4            |
| ความสะดวกในการติดต่อ<br>ประสานงานกับฝ่ายขาย/<br>บริษัท                         | 21<br>(26.3)        | 37<br>(46.3)      | 22<br>(27.5)      | 0<br>(0.0)        | 0<br>(0.0)        | 3.99<br>(มาก)                | 0.74        | 1            |
| <b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>  |                     |                   |                   |                   |                   | <b>3.75<br/>(มาก)</b>        | <b>0.73</b> |              |

จากตารางที่ 6 พบว่า ลูกค้ำมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (3.75) โดยปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ ดังนี้ ความสะดวกในการติดต่อประสานงานกับฝ่ายขาย/บริษัท (3.99) ผลิตภัณฑ์ที่จัดส่งให้ถูกต้องทั้งประเภทและชนิดตามที่ได้ระบุในใบสั่งซื้อ (3.99) มีความสะดวกในการติดต่อสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ (3.90) ผลิตภัณฑ์ที่ถึงมือลูกค้ำมีสภาพสมบูรณ์ (3.88) พนักงานจัดส่งมีบุคลิกลักษณะที่ดีและมีความเป็นมิตร (3.71) พนักงานส่งผลิตภัณฑ์สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้ถูกต้องชัดเจน (3.71) มีความรวดเร็วในการจัดส่งผลิตภัณฑ์ (3.68) พนักงานที่จัดส่งผลิตภัณฑ์มีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ (3.65) และบริษัทฯ มีสต็อกที่เพียงพอต่อการจัดจำหน่ายเสมอ (3.28)



ตารางที่ 7 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของ  
ลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด

| ด้านการส่งเสริมการตลาด  | ระดับของความพึงพอใจ |                   |                   |                   |                   | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล)  | SD.  | ลำดับ<br>ที่ |
|---|---------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-----------------------|------|--------------|
|   | มากที่สุด           | มาก               | ปานกลาง           | น้อย              | น้อยที่สุด        |                       |      |              |
|   | จำนวน<br>(ร้อยละ)   | จำนวน<br>(ร้อยละ) | จำนวน<br>(ร้อยละ) | จำนวน<br>(ร้อยละ) | จำนวน<br>(ร้อยละ) |                       |      |              |
| มีการจัดรายการส่งเสริมการขายในช่วงต่างๆ เช่น การลดราคา การแถม สินค้าพิเศษ การแจก ตัวอย่างสินค้า | 4<br>(5.0)          | 14<br>(17.5)      | 45<br>(56.3)      | 16<br>(20.0)      | 1<br>(1.3)        | 3.05<br>(ปานกลาง)     | 0.79 | 7            |
| มีการโฆษณาให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในสื่อวารสารทางด้านสิ่งทออย่างเหมาะสม                      | 3<br>(3.8)          | 21<br>(26.3)      | 38<br>(47.5)      | 18<br>(22.5)      | 0<br>(0.0)        | 3.11<br>(ปานกลาง)     | 0.80 | 6            |
| พนักงานขายมีบุคลิกลักษณะที่ดีและมีความเป็นมิตร  | 23<br>(28.8)        | 41<br>(51.3)      | 16<br>(20.0)      | 0<br>(0.0)        | 0<br>(0.0)        | 4.09<br>(มาก)         | 0.70 | 2            |
| การแต่งกายของพนักงานขายมีความเหมาะสม และดูแลลูกค้าพร้อมให้บริการลูกค้า                          | 26<br>(32.5)        | 36<br>(45.0)      | 18<br>(22.5)      | 0<br>(0.0)        | 0<br>(0.0)        | 4.10<br>(มาก)         | 0.74 | 1            |
| ความรู้/ความสามารถของพนักงานขายเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์  | 20<br>(25.0)        | 42<br>(52.5)      | 18<br>(22.5)      | 0<br>(0.0)        | 0<br>(0.0)        | 4.03<br>(มาก)         | 0.69 | 3            |
| ความถี่ในการเข้าพบเยี่ยมเยียนติดต่องานของพนักงานขาย   | 17<br>(21.3)        | 41<br>(51.3)      | 21<br>(26.3)      | 1<br>(1.3)        | 0<br>(0.0)        | 3.93<br>(มาก)         | 0.73 | 5            |
| ความเอาใจใส่ติดตามงานของพนักงานขาย  | 20<br>(25.0)        | 40<br>(50.0)      | 19<br>(23.8)      | 1<br>(1.3)        | 0<br>(0.0)        | 3.99<br>(มาก)         | 0.74 | 4            |
| จำนวนครั้งในการจัดฝึกอบรมให้กับลูกค้าในรอบปี  | 2<br>(2.5)          | 20<br>(25.0)      | 39<br>(48.8)      | 14<br>(17.5)      | 5<br>(6.3)        | 3.00<br>(ปานกลาง)     | 0.89 | 8            |
| ความหลากหลายของหลักสูตรที่จัดอบรมแก่ลูกค้า  | 1<br>(1.3)          | 16<br>(20.0)      | 45<br>(56.3)      | 13<br>(16.3)      | 5<br>(6.3)        | 2.94<br>(ปานกลาง)     | 0.82 | 9            |
| <b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>   |                     |                   |                   |                   |                   | <b>3.58<br/>(มาก)</b> | 0.76 |              |

จากตารางที่ 7 พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดโดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (3.58) โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ย เรียงตามลำดับ ดังนี้ การแต่งกายของพนักงานขายมีความเหมาะสม และดูแลลูกค้าพร้อมให้บริการลูกค้า (4.10) พนักงานขายมีบุคลิกลักษณะที่ดีและมีความเป็นมิตร (4.09) ความรู้/ความสามารถของพนักงานขายเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ (4.03) ความเอาใจใส่ติดตามงานของพนักงานขาย (3.99) ความถี่ในการเข้าพบเยี่ยมเยียนติดต่องานของพนักงานขาย (3.93) มีการโฆษณาให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในสื่อวารสารทางด้านสิ่งทออย่างเหมาะสม (3.11) มีการจัดรายการส่งเสริมการขายในช่วงต่างๆ เช่น การลดราคา การแถมสินค้าพิเศษ การแจกตัวอย่างสินค้า (3.05) จำนวนครั้งในการจัดฝึกอบรมให้กับลูกค้าในรอบปี (3.00) ความหลากหลายของหลักสูตรที่จัดอบรมแก่ลูกค้า (2.94)

ตารางที่ 8 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

| ปัจจัยส่วนประสมการตลาด   | ค่าเฉลี่ยรวม | SD.  | ระดับความพึงพอใจ | ลำดับที่ |
|--------------------------|--------------|------|------------------|----------|
| ด้านผลิตภัณฑ์            | 3.84         | 0.73 | มาก              | 1        |
| ด้านราคา                 | 3.04         | 0.89 | ปานกลาง          | 4        |
| ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย | 3.75         | 0.73 | มาก              | 2        |
| ด้านการส่งเสริมการตลาด   | 3.58         | 0.76 | มาก              | 3        |

จากตารางที่ 8 พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์เป็นลำดับที่ 1 โดยมีค่าเฉลี่ยรวมในระดับมาก (3.84) รองลงมาคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยมีค่าเฉลี่ยรวมในระดับมาก (3.75) และด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยรวมในระดับมาก (3.58) แต่ยกเว้นด้านราคาโดยมีค่าเฉลี่ยรวมในระดับปานกลาง (3.04)

**ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของผลิตภัณฑ์สีเขียวและ  
เคมีภัณฑ์สิ่งทอโดยจำแนกตามตำแหน่ง, ฝ่ายที่สังกัดของผู้ตอบแบบสอบถาม และจุด  
ทะเบียนของกิจการที่ผู้ตอบแบบสอบถามทำงานอยู่**

**ตารางที่ 9 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของลูกค้าตามระดับความพึงพอใจของลูกค้า  
ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามตำแหน่งของผู้ตอบ  
แบบสอบถาม**

| ด้านผลิตภัณฑ์   | ตำแหน่งของผู้ตอบแบบสอบถาม            |              |                      |              |                                   |              |                      |              |
|---|--------------------------------------|--------------|----------------------|--------------|-----------------------------------|--------------|----------------------|--------------|
|   | เจ้าของกิจการและ<br>กรรมการผู้จัดการ |              | ผู้จัดการ            |              | ผู้ช่วยผู้จัดการ<br>และหัวหน้างาน |              | พนักงาน              |              |
|   | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล                   | SD.<br>ลำดับ | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล   | SD.<br>ลำดับ | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล                | SD.<br>ลำดับ | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล   | SD.<br>ลำดับ |
| มีความหลากหลาย<br>ของประเภท/ชนิด<br>ผลิตภัณฑ์สีเขียวและ<br>เคมีภัณฑ์ที่เหมาะสม<br>ต่อความต้องการของ<br>ลูกค้า | 3.55<br>(มาก)                        | 0.82<br>(3)  | 3.89<br>(มาก)        | 0.51<br>(4)  | 4.00<br>(มาก)                     | 0.71<br>(1)  | 3.83<br>(มาก)        | 0.85<br>(5)  |
| มีคุณภาพที่เหมาะสม<br>เป็นไปตามความ<br>ต้องการของลูกค้า   | 3.46<br>(ปานกลาง)                    | 0.93<br>(4)  | 4.00<br>(มาก)        | 0.62<br>(2)  | 4.00<br>(มาก)                     | 0.71<br>(1)  | 3.90<br>(มาก)        | 0.67<br>(2)  |
| ผลิตภัณฑ์ที่จัด<br>จำหน่ายมีชื่อเสียงหรือ<br>ความน่าเชื่อถือ  | 3.91<br>(มาก)                        | 0.83<br>(2)  | 4.04<br>(มาก)        | 0.71<br>(1)  | 3.92<br>(มาก)                     | 0.76<br>(3)  | 3.97<br>(มาก)        | 0.63<br>(1)  |
| เทคโนโลยีบรรจุภัณฑ์<br>และการบรรจุหีบห่อ<br>ของผลิตภัณฑ์ทันสมัย<br>สวยงาม                                     | 4.00<br>(มาก)                        | 0.78<br>(1)  | 3.74<br>(มาก)        | 0.81<br>(5)  | 3.85<br>(มาก)                     | 0.80<br>(4)  | 3.83<br>(มาก)        | 0.66<br>(4)  |
| มีเอกสารประกอบมา<br>พร้อมผลิตภัณฑ์ /<br>คู่มือการใช้งาน   | 3.46<br>(ปานกลาง)                    | 0.93<br>(4)  | 3.96<br>(มาก)        | 0.71<br>(3)  | 3.85<br>(มาก)                     | 0.80<br>(4)  | 3.90<br>(มาก)        | 0.67<br>(2)  |
| มีเงื่อนไขการ<br>รับประกันผลิตภัณฑ์ที่<br>เหมาะสม   | 3.36<br>(ปานกลาง)                    | 0.81<br>(6)  | 3.67<br>(มาก)        | 0.68<br>(6)  | 3.85<br>(มาก)                     | 0.80<br>(4)  | 3.66<br>(มาก)        | 0.80<br>(6)  |
| <b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>   | <b>3.62</b><br>(มาก)                 |              | <b>3.88</b><br>(มาก) |              | <b>3.91</b><br>(มาก)              |              | <b>3.85</b><br>(มาก) |              |

จากตารางที่ 9 เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามตำแหน่งของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าตำแหน่งเจ้าของกิจการและกรรมการผู้จัดการมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.62) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ เทคโนโลยีบรรจุก๊าซและการบรรจุหีบห่อของผลิตภัณฑ์ทันสมัยสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.00) ผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายมีชื่อเสียงหรือความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.91) และมีความหลากหลายของประเภท/ชนิดผลิตภัณฑ์สีเขียวและเคมีภัณฑ์ที่เหมาะสมต่อความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.55) ตามลำดับคะแนนค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ส่วนปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ มีคุณภาพที่เหมาะสมเป็นไปตามความต้องการของลูกค้า และมีเอกสารประกอบมาพร้อมผลิตภัณฑ์ / คู่มือการใช้งาน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.46) มีเงื่อนไขการรับประกันผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.36) ตามลำดับคะแนนค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย

ตำแหน่งผู้จัดการมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายมีชื่อเสียงหรือความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.04) มีคุณภาพที่เหมาะสมเป็นไปตามความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.00) และมีเอกสารประกอบมาพร้อมผลิตภัณฑ์ / คู่มือการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 3.96) มีความหลากหลายของประเภท/ชนิดผลิตภัณฑ์สีเขียวและเคมีภัณฑ์ที่เหมาะสมต่อความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.89) เทคโนโลยีบรรจุก๊าซและการบรรจุหีบห่อของผลิตภัณฑ์ทันสมัยสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.74) มีเงื่อนไขการรับประกันผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.67) ตามลำดับคะแนนค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย

ตำแหน่งผู้ช่วยผู้จัดการและหัวหน้างานมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.91) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลายของประเภท/ชนิดผลิตภัณฑ์สีเขียวและเคมีภัณฑ์ที่เหมาะสมต่อความต้องการของลูกค้า และมีคุณภาพที่เหมาะสมเป็นไปตามความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.00) ผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายมีชื่อเสียงหรือความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.92) เทคโนโลยีบรรจุก๊าซและการบรรจุหีบห่อของผลิตภัณฑ์ทันสมัยสวยงาม, มีเอกสารประกอบมาพร้อมผลิตภัณฑ์ / คู่มือการใช้งาน และมีเงื่อนไขการรับประกันผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.85) ตามลำดับคะแนนค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย

ตำแหน่งพนักงาน มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.85) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ผลិតภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายมีชื่อเสียงหรือความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.97) มีคุณภาพที่เหมาะสมเป็นไปตามความต้องการของลูกค้า และมีเอกสารประกอบมาพร้อมผลิตภัณฑ์ / คู่มือการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 3.90) เทคโนโลยีบรรจุภัณฑ์และการบรรจุหีบห่อของผลิตภัณฑ์ทันสมัยสวยงาม(ค่าเฉลี่ย 3.83) มีเงื่อนไขการรับประกันผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.66) ตามลำดับคะแนนค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 10 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของลูกค้าตามระดับความพึงพอใจของลูกค้า  
ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา จำแนกตามตำแหน่งของผู้ตอบแบบสอบถาม

| ด้านราคา  | ตำแหน่งของผู้ตอบแบบสอบถาม            |              |                          |              |                                   |              |                          |              |
|---|--------------------------------------|--------------|--------------------------|--------------|-----------------------------------|--------------|--------------------------|--------------|
|   | เจ้าของกิจการและ<br>กรรมการผู้จัดการ |              | ผู้จัดการ                |              | ผู้ช่วยผู้จัดการ<br>และหัวหน้างาน |              | พนักงาน                  |              |
|   | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล                   | SD.<br>ลำดับ | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล       | SD.<br>ลำดับ | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล                | SD.<br>ลำดับ | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล       | SD.<br>ลำดับ |
| ราคาที่จัดจำหน่าย<br>เหมาะสมกับ<br>คุณภาพ                             | 2.36<br>(น้อย)                       | 1.02<br>(1)  | 3.33<br>(ปาน<br>กลาง)    | 0.68<br>(2)  | 3.08<br>(ปานกลาง)                 | 0.28<br>(4)  | 3.14<br>(ปานกลาง)        | 0.83<br>(2)  |
| มีระยะเวลาการขึ้น<br>ราคาที่เหมาะสม<br>(ราคาไม่เปลี่ยน<br>แปลงบ่อย)   | 2.09<br>(น้อย)                       | 0.83<br>(4)  | 3.30<br>(ปาน<br>กลาง)    | 0.72<br>(3)  | 3.31<br>(ปานกลาง)                 | 0.48<br>(2)  | 2.97<br>(ปานกลาง)        | 0.98<br>(4)  |
| มีการให้ส่วนลด<br>ตามปริมาณการ<br>สั่งซื้อ                            | 2.18<br>(น้อย)                       | 0.98<br>(3)  | 3.22<br>(ปาน<br>กลาง)    | 0.75<br>(5)  | 3.00<br>(ปานกลาง)                 | 0.58<br>(5)  | 2.73<br>(ปานกลาง)        | 1.13<br>(5)  |
| มีระยะเวลาปลอด<br>ดอกเบี้ยที่<br>เหมาะสม/ มี<br>เครดิตเทอม<br>เหมาะสม | 2.18<br>(น้อย)                       | 0.75<br>(2)  | 3.26<br>(ปาน<br>กลาง)    | 0.59<br>(4)  | 3.31<br>(ปานกลาง)                 | 0.48<br>(2)  | 3.24<br>(ปานกลาง)        | 0.95<br>(1)  |
| มีเงื่อนไขการ<br>ชำระเงินที่มี<br>ทางเลือกให้ลูกค้า                   | 2.09<br>(น้อย)                       | 1.04<br>(5)  | 3.37<br>(ปาน<br>กลาง)    | 0.63<br>(1)  | 3.39<br>(ปานกลาง)                 | 0.65<br>(1)  | 3.14<br>(ปานกลาง)        | 1.13<br>(3)  |
| <b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>   | <b>2.18</b><br>(น้อย)                |              | <b>3.30</b><br>(ปานกลาง) |              | <b>3.22</b><br>(ปานกลาง)          |              | <b>3.04</b><br>(ปานกลาง) |              |

จากตารางที่ 10 เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านราคา จำแนกตามตำแหน่งของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ตำแหน่งเจ้าของกิจการและกรรมการผู้จัดการมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.18) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับน้อย ได้แก่ ราคาที่จัดจำหน่ายเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 2.36) มีระยะเวลาปลอดดอกเบี้ยที่เหมาะสม/ มีเครดิตเทอมเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 2.18) และมีการให้ส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อ (ค่าเฉลี่ย 2.18) มี

ระยะเวลาการขึ้นราคาที่เหมาะสม (ราคาไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย) และ มีเงื่อนไขการชำระเงินที่มีทางเลือกให้ลูกค้า เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 2.09) ตามลำดับคะแนนค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย

ตำแหน่งผู้จัดการมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.30) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ มีเงื่อนไขการชำระเงินที่มีทางเลือกให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.37) ราคาที่จัดจำหน่ายเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.33) และมีระยะเวลาการขึ้นราคาที่เหมาะสม (ราคาไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย) (ค่าเฉลี่ย 3.30) มีระยะเวลาปลอดดอกเบี้ยที่เหมาะสม/ มีเครดิตเทอมเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.26) มีการให้ส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.22) ตามลำดับคะแนนค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย

ตำแหน่งผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายและหัวหน้างานให้ความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.22) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ มีเงื่อนไขการชำระเงินที่มีทางเลือกให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.39) มีระยะเวลาการขึ้นราคาที่เหมาะสม (ราคาไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย) และมีระยะเวลาปลอดดอกเบี้ยที่เหมาะสม/ มีเครดิตเทอมเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.31) และราคาที่จัดจำหน่ายเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.08) มีการให้ส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.00) ตามลำดับคะแนนค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย

ตำแหน่งพนักงานมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.04) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ มีระยะเวลาปลอดดอกเบี้ยที่เหมาะสม/ มีเครดิตเทอมเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.24) ราคาที่จัดจำหน่ายเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.14) และมีเงื่อนไขการชำระเงินที่มีทางเลือกให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.14) มีระยะเวลาการขึ้นราคาที่เหมาะสม (ราคาไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย) (ค่าเฉลี่ย 2.97) มีการให้ส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อ (ค่าเฉลี่ย 2.73) ตามลำดับคะแนนค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย

ตารางที่ 11 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของลูกค้าตามระดับความพึงพอใจของลูกค้า  
ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามตำแหน่งของ  
ผู้ตอบแบบสอบถาม

| ด้านช่องทางการจัด<br>จำหน่าย   | ตำแหน่งของผู้ตอบแบบสอบถาม                |              |                       |              |                                   |              |                       |              |
|--|--|--------------|-----------------------|--------------|-----------------------------------|--------------|-----------------------|--------------|
|  | เจ้าของกิจการ<br>และกรรมการ<br>ผู้จัดการ |              | ผู้จัดการ             |              | ผู้ช่วยผู้จัดการ<br>และหัวหน้างาน |              | พนักงาน               |              |
|  | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล                       | SD.<br>ลำดับ | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล    | SD.<br>ลำดับ | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล                | SD.<br>ลำดับ | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล    | SD.<br>ลำดับ |
| มีความสะดวกในการติดต่อ<br>สั่งซื้อผลิตภัณฑ์                                    | 3.73<br>(มาก)                            | 0.91<br>(6)  | 4.04<br>(มาก)         | 0.65<br>(1)  | 3.92<br>(มาก)                     | 0.64<br>(4)  | 3.83<br>(มาก)         | 0.81<br>(4)  |
| มีความรวดเร็วในการจัดส่ง<br>ผลิตภัณฑ์  | 3.46<br>(ปาน<br>กลาง)                    | 0.82<br>(8)  | 3.67<br>(มาก)         | 0.78<br>(8)  | 3.69<br>(มาก)                     | 0.75<br>(7)  | 3.76<br>(มาก)         | 0.74<br>(5)  |
| ผลิตภัณฑ์ที่จัดส่งให้ถูกต้อง<br>ทั้งประเภทและชนิดตามที่<br>ได้ระบุในใบสั่งซื้อ | 3.82<br>(มาก)                            | 0.87<br>(2)  | 3.96<br>(มาก)         | 0.81<br>(3)  | 4.08<br>(มาก)                     | 0.64<br>(1)  | 4.03<br>(มาก)         | 0.73<br>(1)  |
| พนักงาน ส่งผลิตภัณฑ์<br>สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับ<br>ผลิตภัณฑ์ได้ถูกต้องชัดเจน  | 3.82<br>(มาก)                            | 0.87<br>(2)  | 3.74<br>(มาก)         | 0.90<br>(5)  | 3.77<br>(มาก)                     | 0.60<br>(6)  | 3.62<br>(มาก)         | 0.82<br>(8)  |
| พนักงานที่จัดส่งผลิตภัณฑ์<br>มีจำนวนเพียงพอในการ<br>ให้บริการ                  | 3.73<br>(มาก)                            | 0.79<br>(4)  | 3.67<br>(มาก)         | 0.73<br>(6)  | 3.62<br>(มาก)                     | 0.65<br>(8)  | 3.62<br>(มาก)         | 0.62<br>(7)  |
| พนักงานจัดส่งมีบุคลิก<br>ลักษณะที่ดีและมีความเป็น<br>มิตร                      | 3.73<br>(มาก)                            | 0.79<br>(4)  | 3.67<br>(มาก)         | 0.734<br>(6) | 3.85<br>(มาก)                     | 0.38<br>(5)  | 3.69<br>(มาก)         | 0.60<br>(6)  |
| บริษัทมีสต็อกที่เพียงพอ<br>ต่อการจัดจำหน่ายเสมอ                                | 2.46<br>(น้อย)                           | 1.04<br>(9)  | 3.33<br>(ปาน<br>กลาง) | 0.832<br>(9) | 3.39<br>(ปาน<br>กลาง)             | 0.506<br>(9) | 3.48<br>(ปาน<br>กลาง) | 0.69<br>(9)  |
| ผลิตภัณฑ์ที่ถึงมือลูกค้ามี<br>สภาพสมบูรณ์                                      | 3.64<br>(มาก)                            | 0.67<br>(7)  | 3.85<br>(มาก)         | 0.60<br>(4)  | 3.92<br>(มาก)                     | 0.49<br>(3)  | 3.97<br>(มาก)         | 0.68<br>(2)  |
| ความสะดวกในการติดต่อ<br>ประสานงานกับฝ่ายขาย/<br>บริษัท                         | 3.91<br>(มาก)                            | 0.83<br>(1)  | 4.04<br>(มาก)         | 0.76<br>(2)  | 4.00<br>(มาก)                     | 0.71<br>(2)  | 3.97<br>(มาก)         | 0.73<br>(3)  |
| <b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>  | <b>3.59<br/>(มาก)</b>                    |              | <b>3.77<br/>(มาก)</b> |              | <b>3.80<br/>(มาก)</b>             |              | <b>3.77<br/>(มาก)</b> |              |



จากตารางที่ 11 เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามตำแหน่งของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า

ตำแหน่งเจ้าของกิจการและกรรมการผู้จัดการให้ความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก(ค่าเฉลี่ย 3.59) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับมากได้แก่ ความสะดวกในการติดต่อประสานงานกับฝ่ายขาย/บริษัท (ค่าเฉลี่ย 3.91) ผลิตภัณฑ์ที่จัดส่งให้ถูกต้องทั้งประเภทและชนิดตามที่ได้ระบุในใบสั่งซื้อ และพนักงานส่งผลิตภัณฑ์สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้ถูกต้องชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.82) เท่ากัน มีความสะดวกในการติดต่อสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ พนักงานที่จัดส่งผลิตภัณฑ์มีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ พนักงานที่จัดส่งผลิตภัณฑ์มีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ และพนักงานจัดส่งมีบุคลิกลักษณะที่ดีและมีความเป็นมิตร (ค่าเฉลี่ย 3.73) เท่ากัน ผลิตภัณฑ์ที่ถึงมือลูกค้ามีสภาพสมบูรณ์ (ค่าเฉลี่ย 3.64) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ มีความรวดเร็วในการจัดส่งผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.46) ตามลำดับคะแนนค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย

ตำแหน่งผู้จัดการให้ความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.77) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับมากได้แก่ มีความสะดวกในการติดต่อสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ ความสะดวกในการติดต่อประสานงานกับฝ่ายขาย/บริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.04) เท่ากัน ผลิตภัณฑ์ที่จัดส่งให้ถูกต้องทั้งประเภทและชนิดตามที่ได้ระบุในใบสั่งซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.96) ผลิตภัณฑ์ที่ถึงมือลูกค้ามีสภาพสมบูรณ์ (ค่าเฉลี่ย 3.85) พนักงานส่งผลิตภัณฑ์สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้ถูกต้องชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.74) และมีความรวดเร็วในการจัดส่งผลิตภัณฑ์ พนักงานที่จัดส่งผลิตภัณฑ์มีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ พนักงานจัดส่งมีบุคลิกลักษณะที่ดีและมีความเป็นมิตร (ค่าเฉลี่ย 3.67) เท่ากัน ส่วนปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ บริษัทฯมีสต็อกที่เพียงพอต่อการจัดจำหน่ายเสมอ (ค่าเฉลี่ย 3.33) ตามลำดับคะแนนค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย

ตำแหน่งผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายและหัวหน้างานให้ความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่จัดส่งให้ถูกต้องทั้งประเภทและชนิดตามที่ได้ระบุในใบสั่งซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.08) ความสะดวกในการติดต่อประสานงานกับฝ่ายขาย/บริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.00) ผลิตภัณฑ์ที่ถึงมือลูกค้ามีสภาพสมบูรณ์ (ค่าเฉลี่ย 3.92) พนักงานจัดส่งมีบุคลิก ลักษณะที่ดีและมีความเป็นมิตร (ค่าเฉลี่ย 3.85) พนักงานส่งผลิตภัณฑ์สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้ถูกต้องชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.77) มีความรวดเร็วในการจัดส่งผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.69) และพนักงานที่จัดส่งผลิตภัณฑ์มีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.62) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ บริษัทฯมีสต็อกที่เพียงพอต่อการจัดจำหน่ายเสมอ (ค่าเฉลี่ย 3.39) ตามลำดับคะแนนค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย

ตำแหน่งพนักงานให้ความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.77) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ผลิตรถยนต์ที่จัดส่งให้ถูกต้องทั้งประเภทและชนิดตามที่ได้ระบุในใบสั่งซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.03) ผลิตรถยนต์ที่ถึงมือลูกค้ามีสภาพสมบูรณ์ ความสะดวกในการติดต่อประสานงานกับฝ่ายขาย/บริษัท (ค่าเฉลี่ย 3.97) เท่ากัน มีความสะดวกในการติดต่อสั่งซื้อผลิตรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.83) มีความรวดเร็วในการจัดส่งผลิตรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.76) พนักงานจัดส่งมีบุคลิกลักษณะที่ดีและมีความเป็นมิตร (ค่าเฉลี่ย 3.69) และพนักงานส่งผลิตรถยนต์สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตรถยนต์ได้ถูกต้องชัดเจน พนักงานที่จัดส่งผลิตรถยนต์มีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.62) เท่ากัน ส่วนปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ บริษัทฯมีสต็อกที่เพียงพอต่อการจัดจำหน่ายเสมอ (ค่าเฉลี่ย 3.48) ตามลำดับคะแนนค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย

ตารางที่ 12 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของลูกค้านำตามระดับความพึงพอใจของลูกค้า  
ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามตำแหน่งของ  
ผู้ตอบแบบสอบถาม

| ด้านการส่งเสริม<br>การตลาด  | ตำแหน่งของผู้ตอบแบบสอบถาม            |              |                       |              |                                   |              |                       |              |
|---|--------------------------------------|--------------|-----------------------|--------------|-----------------------------------|--------------|-----------------------|--------------|
|   | เจ้าของกิจการและ<br>กรรมการผู้จัดการ |              | ผู้จัดการ             |              | ผู้ช่วยผู้จัดการ<br>และหัวหน้างาน |              | พนักงาน               |              |
|   | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล                   | SD.<br>ลำดับ | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล    | SD.<br>ลำดับ | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล                | SD.<br>ลำดับ | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล    | SD.<br>ลำดับ |
| มีการจัดรายการ<br>ส่งเสริมการขายในช่วง<br>ต่างๆ เช่น การลดราคา<br>การแถมสินค้าพิเศษ<br>การแจกตัวอย่างสินค้า | 2.55<br>(ปาน<br>กลาง)                | 0.82<br>(9)  | 3.22<br>(ปาน<br>กลาง) | 0.75<br>(6)  | 3.08<br>(ปาน<br>กลาง)             | 0.64<br>(8)  | 3.07<br>(ปาน<br>กลาง) | 0.84<br>(7)  |
| มีการโฆษณาให้ข้อมูล<br>เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใน<br>สื่อวารสารทางด้านสิ่ง<br>ทออย่างเหมาะสม                      | 2.73<br>(ปาน<br>กลาง)                | 0.65<br>(7)  | 3.19<br>(ปาน<br>กลาง) | 0.74<br>(7)  | 3.08<br>(ปาน<br>กลาง)             | 0.64<br>(8)  | 3.16<br>(ปาน<br>กลาง) | 0.84<br>(6)  |
| พนักงานขายมี<br>บุคลิกลักษณะที่ดีและมี<br>ความเป็นมิตร  | 4.27<br>(มาก)                        | 0.65<br>(4)  | 4.00<br>(มาก)         | 0.78<br>(2)  | 4.08<br>(มาก)                     | 0.76<br>(1)  | 4.10<br>(มาก)         | 0.62<br>(2)  |
| การแต่งกายของ<br>พนักงานขายมีความ<br>เหมาะสม และดู<br>คล่องแคล่วพร้อม<br>ให้บริการลูกค้า                    | 4.36<br>(มาก)                        | 0.67<br>(2)  | 4.07<br>(มาก)         | 0.83<br>(1)  | 3.92<br>(มาก)                     | 0.76<br>(4)  | 4.10<br>(มาก)         | 0.67<br>(3)  |
| ความรู้ / ความสามารถ<br>ของพนักงานขาย<br>เกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์  | 4.09<br>(มาก)                        | 0.54<br>(5)  | 3.93<br>(มาก)         | 0.83<br>(3)  | 4.00<br>(มาก)                     | 0.82<br>(2)  | 4.10<br>(มาก)         | 0.56<br>(1)  |
| ความถี่ในการเข้าพบ<br>เยี่ยมเยียนติดต่องาน<br>ของพนักงานขาย   | 4.36<br>(มาก)                        | 0.67<br>(2)  | 3.82<br>(มาก)         | 0.68<br>(4)  | 3.92<br>(มาก)                     | 0.86<br>(5)  | 3.86<br>(มาก)         | 0.69<br>(5)  |
| ความเอาใจใส่ติดตาม<br>งานของพนักงานขาย  | 4.46<br>(มาก)                        | 0.69<br>(1)  | 3.82<br>(มาก)         | 0.74<br>(5)  | 4.00<br>(มาก)                     | 0.82<br>(2)  | 3.97<br>(มาก)         | 0.68<br>(4)  |
| จำนวนครั้งในการจัด<br>ฝึกอบรมให้กับลูกค้าใน<br>รอบปี  | 2.82<br>(ปาน<br>กลาง)                | 0.60<br>(6)  | 3.15 (ปาน<br>กลาง)    | 0.82<br>(8)  | 3.31<br>(ปาน<br>กลาง)             | 0.63<br>(6)  | 2.79<br>(ปาน<br>กลาง) | 1.08<br>(8)  |
| ความหลากหลายของ<br>หลักสูตรที่จัดอบรมแก่<br>ลูกค้า  | 2.73<br>(ปาน<br>กลาง)                | 0.65<br>(7)  | 3.07<br>(ปาน<br>กลาง) | 0.78<br>(9)  | 3.23<br>(ปาน<br>กลาง)             | 0.60<br>(7)  | 2.76<br>(ปาน<br>กลาง) | 0.95<br>(9)  |
| <b>รวม</b>  | <b>3.60<br/>(มาก)</b>                |              | <b>3.58<br/>(มาก)</b> |              | <b>3.62<br/>(มาก)</b>             |              | <b>3.55<br/>(มาก)</b> |              |

จากตารางที่ 12 เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามตำแหน่งของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า

ตำแหน่งเจ้าของกิจการ & กรรมการผู้จัดการให้ความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก(ค่าเฉลี่ย 3.60) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ความเอาใจใส่ติดตามงานของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.46) การแต่งกายของพนักงานขายมีความเหมาะสม และดูแลลูกค้าพร้อมให้บริการลูกค้า และความถี่ในการเข้าพบเยี่ยมเยียนติดต่องานของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.36) พนักงานขายมีบุคลิกลักษณะที่ดีและมีความเป็นมิตร(ค่าเฉลี่ย 4.27) และความรู้/ความสามารถของพนักงานขายเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.09) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ จำนวนครั้งในการจัดฝึกอบรมให้กับลูกค้าในรอบปี (ค่าเฉลี่ย 2.82) รองลงมา มีการโฆษณาให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในสื่อวารสารทางด้านสิ่งทออย่างเหมาะสม ความหลากหลายของหลักสูตรที่จัดอบรมแก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.73) เท่ากัน และมีการจัดรายการส่งเสริมการขายในช่วงต่างๆ เช่น การลดราคา การแถมสินค้าพิเศษ การแจกตัวอย่างสินค้า (ค่าเฉลี่ย 2.55) ตามลำดับคะแนนค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย

ตำแหน่งผู้จัดการให้ความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.58) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การแต่งกายของพนักงานขายมีความเหมาะสม และดูแลลูกค้าพร้อมให้บริการลูกค้า(ค่าเฉลี่ย 4.07) พนักงานขายมีบุคลิกลักษณะที่ดีและมีความเป็นมิตร (ค่าเฉลี่ย 4.00) ความรู้/ความสามารถของพนักงานขายเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.93) และความถี่ในการเข้าพบเยี่ยมเยียนติดต่องานของพนักงานขาย ความเอาใจใส่ติดตามงานของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.82) เท่ากัน ส่วนปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ มีการจัดรายการส่งเสริมการขายในช่วงต่างๆ เช่น การลดราคา การแถมสินค้าพิเศษ การแจกตัวอย่างสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.22) รองลงมา มีการโฆษณาให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในสื่อวารสารทางด้านสิ่งทออย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.19) จำนวนครั้งในการจัดฝึกอบรมให้กับลูกค้าในรอบปี (ค่าเฉลี่ย 3.15) และความหลากหลายของหลักสูตรที่จัดอบรมแก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.07) ตามลำดับคะแนนค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย

ตำแหน่งผู้ช่วยผู้จัดการฝ่าย & หัวหน้างานให้ความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.62) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ พนักงานขายมีบุคลิกลักษณะที่ดีและมีความเป็นมิตร (ค่าเฉลี่ย 4.08) ความรู้/ความสามารถของพนักงานขายเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ และความเอาใจใส่ติดตามงานของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.00) และการแต่งกายของพนักงานขายมีความเหมาะสม และดูแลลูกค้าพร้อมให้บริการลูกค้า ความถี่ในการเข้าพบเยี่ยมเยียนติดต่องานของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.92) เท่ากัน ส่วนปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจใน

ระดับปานกลาง ได้แก่ จำนวนครั้งในการจัดฝึกอบรมให้กับลูกค้าในรอบปี (ค่าเฉลี่ย 3.31) รองลงมา ความหลากหลายของหลักสูตรที่จัดอบรมแก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.23) และมีการจัดรายการส่งเสริมการขายในช่วงต่างๆ เช่น การลดราคา การแถมสินค้าพิเศษ การแจกตัวอย่างสินค้า มีการโฆษณาให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในสื่อวารสารทางด้านสิ่งทออย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.08) เท่ากัน ตามลำดับคะแนนค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย

ตำแหน่งพนักงานให้ความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.55) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ความรู้/ความสามารถของพนักงานขายเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ พนักงานขายมีบุคลิกลักษณะที่ดีและมีความเป็นมิตร การแต่งกายของพนักงานขายมีความเหมาะสม ดูคล่องแคล่วพร้อมให้บริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.10) เท่ากัน ความเอาใจใส่ติดตามงานของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.97) และความถี่ในการเข้าพบเยี่ยมเยียนติดต่องานของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.86) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ มีการโฆษณาให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในสื่อวารสารทางด้านสิ่งทออย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.16) มีการจัดรายการส่งเสริมการขายในช่วงต่างๆ เช่น การลดราคา การแถมสินค้าพิเศษ การแจกตัวอย่างสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.07) จำนวนครั้งในการจัดฝึกอบรมให้กับลูกค้าในรอบปี (ค่าเฉลี่ย 2.79) และความหลากหลายของหลักสูตรที่จัดอบรมแก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.76) ตามลำดับคะแนนค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย

ตารางที่ 13 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของลูกค้านำตามระดับความพึงพอใจของลูกค้า  
ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามฝ่ายที่สังกัดของผู้ตอบ  
แบบสอบถาม

| ด้านผลิตภัณฑ์  | ฝ่ายที่สังกัดของผู้ตอบแบบสอบถาม |              |                             |              |                             |              |                             |              |
|--|---------------------------------|--------------|-----------------------------|--------------|-----------------------------|--------------|-----------------------------|--------------|
|  | ฝ่ายผู้บริหาร<br>ระดับสูง       |              | ฝ่ายผลิต                    |              | ฝ่ายควบคุม<br>คุณภาพ        |              | ฝ่ายจัดซื้อ                 |              |
|  | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล              | SD.<br>ลำดับ | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล          | SD.<br>ลำดับ | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล          | SD.<br>ลำดับ | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล          | SD.<br>ลำดับ |
| มีความหลากหลายของ<br>ประเภท/ชนิดผลิตภัณฑ์<br>ดีเยี่ยมและเคมีภัณฑ์ที่<br>เหมาะสมต่อความต้องการ<br>ของลูกค้า | 3.55<br>(มาก)                   | 0.82<br>(3)  | 4.09<br>(มาก)               | 0.60<br>(1)  | 3.96<br>(มาก)               | 0.71<br>(2)  | 3.53<br>(มาก)               | 0.85<br>(6)  |
| มีคุณภาพที่เหมาะสมเป็น<br>ไปตามความต้องการของ<br>ลูกค้า  | 3.46<br>(ปาน<br>กลาง)           | 0.93<br>(4)  | 4.04<br>(มาก)               | 0.71<br>(2)  | 3.93<br>(มาก)               | 0.62<br>(3)  | 3.90<br>(มาก)               | 0.66<br>(3)  |
| ผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายมี<br>ชื่อเสียงหรือความน่าเชื่อ<br>ถือ   | 3.91<br>(มาก)                   | 0.83<br>(2)  | 4.00<br>(มาก)               | 0.67<br>(3)  | 4.00<br>(มาก)               | 0.62<br>(1)  | 3.95<br>(มาก)               | 0.78<br>(2)  |
| เทคโนโลยีบรรจุภัณฑ์<br>และการบรรจุหีบห่อของ<br>ผลิตภัณฑ์ทันสมัยสวยงาม                                      | 4.00<br>(มาก)                   | 0.78<br>(1)  | 3.83<br>(มาก)               | 0.89<br>(5)  | 3.82<br>(มาก)               | 0.68<br>(5)  | 3.74<br>(มาก)               | 0.65<br>(4)  |
| มีเอกสารประกอบมา<br>พร้อมผลิตภัณฑ์ / คู่มือ<br>การใช้งาน   | 3.46<br>(ปาน<br>กลาง)           | 0.93<br>(4)  | 4.00<br>(มาก)               | 0.80<br>(4)  | 3.82<br>(มาก)               | 0.62<br>(4)  | 3.95<br>(มาก)               | 0.71<br>(1)  |
| มีเงื่อนไขการรับประกัน<br>ผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม  | 3.36<br>(ปาน<br>กลาง)           | 0.81<br>(6)  | 3.78<br>(มาก)               | 0.67<br>(6)  | 3.59<br>(มาก)               | 0.80<br>(6)  | 3.74<br>(มาก)               | 0.73<br>(5)  |
| <b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>  | <b>3.62</b><br><b>(มาก)</b>     |              | <b>3.96</b><br><b>(มาก)</b> |              | <b>3.85</b><br><b>(มาก)</b> |              | <b>3.80</b><br><b>(มาก)</b> |              |

จากตารางที่ 13 เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามฝ่ายที่สังกัดของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า

ฝ่ายผู้บริหารระดับสูง (เจ้าของกิจการและกรรมการผู้จัดการ)ให้ความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.62) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ เทคโนโลยีบรรจุก๊าซและการบรรจุหีบห่อของผลิตภัณฑ์ทันสมัยสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.00) ผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายมีชื่อเสียงหรือความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.91) มีความหลากหลายของประเภท/ชนิดผลิตภัณฑ์สีเขียวและเคมีภัณฑ์ที่เหมาะสมต่อความต้องการของลูกค้า และ(ค่าเฉลี่ย 3.55) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ มีคุณภาพที่เหมาะสมเป็นไปตามความต้องการของลูกค้า มีเอกสารประกอบมาพร้อมผลิตภัณฑ์/ คู่มือการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 3.46) เท่ากัน มีเงื่อนไขการรับประกันผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.36) ตามลำดับคะแนนค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย

ฝ่ายผลิตให้ความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ มีความหลากหลายของประเภท/ชนิดผลิตภัณฑ์สีเขียวและเคมีภัณฑ์ที่เหมาะสมต่อความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.09) มีคุณภาพที่เหมาะสมเป็นไปตามความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.04) ผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายมีชื่อเสียงหรือความน่าเชื่อถือ มีเอกสารประกอบมาพร้อมผลิตภัณฑ์/ คู่มือการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.00) เท่ากัน และมีเงื่อนไขการรับประกันผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.78) ตามลำดับคะแนนค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย

ฝ่ายควบคุมคุณภาพให้ความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.85) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายมีชื่อเสียงหรือความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.00) มีความหลากหลายของประเภท/ชนิดผลิตภัณฑ์สีเขียวและเคมีภัณฑ์ที่เหมาะสมต่อความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.96) มีคุณภาพที่เหมาะสมเป็นไปตามความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.93) เทคโนโลยีบรรจุก๊าซและการบรรจุหีบห่อของผลิตภัณฑ์ทันสมัยสวยงาม มีเอกสารประกอบมาพร้อมผลิตภัณฑ์/ คู่มือการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 3.82) เท่ากัน และมีเงื่อนไขการรับประกันผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.59) ตามลำดับคะแนนค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย

ฝ่ายจัดซื้อให้ความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ มีเอกสารประกอบมาพร้อมผลิตภัณฑ์/ คู่มือการใช้งาน ผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายมีชื่อเสียงหรือความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.95) เท่ากัน คุณภาพที่เหมาะสมเป็นไปตามความต้องการของลูกค้า(ค่าเฉลี่ย 3.90) เทคโนโลยีบรรจุก๊าซและการบรรจุหีบห่อของผลิตภัณฑ์ทันสมัยสวยงาม มีเงื่อนไขการรับประกันผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.74) เท่ากัน และมีความหลากหลายของประเภท/ชนิดผลิตภัณฑ์สีเขียวและเคมีภัณฑ์ที่เหมาะสมต่อความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.53) ตามลำดับคะแนนค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย

ตารางที่ 14 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของลูกค้าตามระดับความพึงพอใจของลูกค้า  
ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา จำแนกตามฝ่ายที่สังกัดของผู้ตอบ  
แบบสอบถาม

| ด้านราคา   | ฝ่ายที่สังกัดของผู้ตอบแบบสอบถาม |              |                          |              |                          |              |                          |              |
|--|---------------------------------|--------------|--------------------------|--------------|--------------------------|--------------|--------------------------|--------------|
|  | ฝ่ายผู้บริหาร<br>ระดับสูง       |              | ฝ่ายผลิต                 |              | ฝ่ายควบคุม<br>คุณภาพ     |              | ฝ่ายจัดซื้อ              |              |
|  | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล              | SD.<br>ลำดับ | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล       | SD.<br>ลำดับ | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล       | SD.<br>ลำดับ | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล       | SD.<br>ลำดับ |
| ราคาที่จัดจำหน่าย<br>เหมาะสมกับคุณภาพ                            | 2.36<br>(น้อย)                  | 1.03<br>(1)  | 3.39<br>(ปาน<br>กลาง)    | 0.78<br>(3)  | 3.07<br>(ปาน<br>กลาง)    | 0.68<br>(2)  | 3.16<br>(ปาน<br>กลาง)    | 0.60<br>(2)  |
| มีระยะเวลาการขึ้นราคา<br>ที่เหมาะสม (ราคาไม่<br>เปลี่ยนแปลงบ่อย) | 2.09<br>(น้อย)                  | 0.83<br>(4)  | 3.39<br>(ปาน<br>กลาง)    | 0.78<br>(3)  | 3.04<br>(ปาน<br>กลาง)    | 0.90<br>(3)  | 3.05<br>(ปาน<br>กลาง)    | 0.71<br>(4)  |
| มีการให้ส่วนลดตาม<br>ปริมาณการสั่งซื้อ                           | 2.18<br>(น้อย)                  | 0.98<br>(3)  | 3.39<br>(ปาน<br>กลาง)    | 0.72<br>(2)  | 2.74<br>(ปาน<br>กลาง)    | 0.94<br>(5)  | 2.79<br>(ปาน<br>กลาง)    | 0.98<br>(5)  |
| มีระยะเวลาปลอด<br>ดอกเบี้ยที่เหมาะสม/ มี<br>เครดิตเทอมเหมาะสม    | 2.18<br>(น้อย)                  | 0.75<br>(2)  | 3.35<br>(ปาน<br>กลาง)    | 0.71<br>(5)  | 3.26<br>(ปาน<br>กลาง)    | 0.76<br>(1)  | 3.16<br>(ปาน<br>กลาง)    | 0.77<br>(3)  |
| มีเงื่อนไขการชำระเงินที่<br>มีทางเลือกให้ลูกค้า                  | 2.09<br>(น้อย)                  | 1.04<br>(5)  | 3.44<br>(ปาน<br>กลาง)    | 0.73<br>(1)  | 3.19<br>(ปาน<br>กลาง)    | 0.92<br>(4)  | 3.21<br>(ปาน<br>กลาง)    | 0.98<br>(1)  |
| <b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>  | <b>2.18</b><br>(น้อย)           |              | <b>3.39</b><br>(ปานกลาง) |              | <b>3.06</b><br>(ปานกลาง) |              | <b>3.07</b><br>(ปานกลาง) |              |

จากตารางที่ 14 เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านราคา จำแนกตามฝ่ายที่สังกัดของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า

ฝ่ายผู้บริหารระดับสูง (เจ้าของกิจการและกรรมการผู้จัดการ) ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.18) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับน้อย ได้แก่ ราคาที่จัดจำหน่ายเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 2.36) มีระยะเวลาปลอดดอกเบี้ยที่เหมาะสม/ มีเครดิตเทอมเหมาะสม มีการให้ส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อ (ค่าเฉลี่ย 2.18) เท่ากัน และมี



ระยะเวลาการขึ้นราคาที่เหมาะสม (ราคาไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย) มีเงื่อนไขการชำระเงินที่มีทางเลือกให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.09) เท่ากัน ตามลำดับคะแนนค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย

ฝ่ายผลิตให้ความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.39) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ มีการให้ส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อ ราคาที่จัดจำหน่ายเหมาะสมกับคุณภาพ มีระยะเวลาการขึ้นราคาที่เหมาะสม (ราคาไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย) เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.39) มีเงื่อนไขการชำระเงินที่มีทางเลือกให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.44) และมีระยะเวลาปลอดดอกเบี้ยที่เหมาะสม/ มีเครดิตเทอมเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.35) ตามลำดับคะแนนค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย

ฝ่ายควบคุมคุณภาพให้ความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.06) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ มีระยะเวลาปลอดดอกเบี้ยที่เหมาะสม/ มีเครดิตเทอมเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.26) มีเงื่อนไขการชำระเงินที่มีทางเลือกให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.19) ราคาที่จัดจำหน่ายเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.07) มีระยะเวลาการขึ้นราคาที่เหมาะสม (ราคาไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย) (ค่าเฉลี่ย 3.04) และมีการให้ส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อ (ค่าเฉลี่ย 2.74) ตามลำดับคะแนนค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย

ฝ่ายจัดซื้อให้ความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.07) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ มีเงื่อนไขการชำระเงินที่มีทางเลือกให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.21) ราคาที่จัดจำหน่ายเหมาะสมกับคุณภาพ มีระยะเวลาปลอดดอกเบี้ยที่เหมาะสม/ มีเครดิตเทอมเหมาะสม เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.16) มีระยะเวลาการขึ้นราคาที่เหมาะสม (ราคาไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย) (ค่าเฉลี่ย 3.05) และมีการให้ส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อ (ค่าเฉลี่ย 2.79) ตามลำดับคะแนนค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย

ตารางที่ 15 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของลูกค้าตามระดับความพึงพอใจของลูกค้า  
ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามฝ่ายที่สังกัดของ  
ผู้ตอบแบบสอบถาม

| ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย   | ฝ่ายที่สังกัดของผู้ตอบแบบสอบถาม |              |                             |              |                             |              |                             |              |
|--|---------------------------------|--------------|-----------------------------|--------------|-----------------------------|--------------|-----------------------------|--------------|
|  | ฝ่ายผู้บริหารระดับสูง           |              | ฝ่ายผลิต                    |              | ฝ่ายควบคุมคุณภาพ            |              | ฝ่ายจัดซื้อ                 |              |
|  | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล              | SD.<br>ลำดับ | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล          | SD.<br>ลำดับ | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล          | SD.<br>ลำดับ | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล          | SD.<br>ลำดับ |
| มีความสะดวกในการติดต่อสั่งซื้อผลิตภัณฑ์                                | 3.73<br>(มาก)                   | 0.91<br>(6)  | 4.04<br>(มาก)               | 0.64<br>(1)  | 3.93<br>(มาก)               | 0.68<br>(4)  | 3.79<br>(มาก)               | 0.86<br>(4)  |
| มีความรวดเร็วในการจัดส่งผลิตภัณฑ์                                      | 3.46<br>(ปานกลาง)               | 0.82<br>(8)  | 3.74<br>(มาก)               | 0.81<br>(8)  | 3.78<br>(มาก)               | 0.64<br>(6)  | 3.58<br>(มาก)               | 0.84<br>(7)  |
| ผลิตภัณฑ์ที่จัดส่งให้ถูกต้องทั้งประเภทและชนิดตามที่ได้ระบุในใบสั่งซื้อ | 3.82<br>(มาก)                   | 0.87<br>(2)  | 3.91<br>(มาก)               | 0.79<br>(4)  | 3.96<br>(มาก)               | 0.71<br>(3)  | 4.03<br>(มาก)               | 0.73<br>(1)  |
| พนักงานส่งผลิตภัณฑ์สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้ถูกต้องชัดเจน   | 3.82<br>(มาก)                   | 0.87<br>(2)  | 3.83<br>(มาก)               | 0.89<br>(5)  | 3.63<br>(มาก)               | 0.79<br>(8)  | 4.21<br>(มาก)               | 0.71<br>(5)  |
| พนักงานที่จัดส่งผลิตภัณฑ์มีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ                  | 3.73<br>(มาก)                   | 0.79<br>(4)  | 3.74<br>(มาก)               | 0.75<br>(6)  | 3.63<br>(มาก)               | 0.57<br>(7)  | 3.63<br>(มาก)               | 0.76<br>(8)  |
| พนักงานจัดส่งมีบุคลิกลักษณะที่ดีและมีความเป็นมิตร                      | 3.73<br>(มาก)                   | 0.79<br>(4)  | 3.74<br>(มาก)               | 0.75<br>(6)  | 3.78<br>(มาก)               | 0.51<br>(5)  | 3.53<br>(มาก)               | 0.70<br>(6)  |
| บริษัทมีสต็อกที่เพียงพอต่อการจัดจำหน่ายเสมอ                            | 2.46<br>(น้อย)                  | 1.04<br>(9)  | 3.44<br>(ปานกลาง)           | 0.79<br>(9)  | 3.56<br>(มาก)               | 0.58<br>(9)  | 3.58<br>(มาก)               | 0.61<br>(9)  |
| ผลิตภัณฑ์ที่ถึงมือลูกค้ามีสภาพสมบูรณ์                                  | 3.64<br>(มาก)                   | 0.67<br>(7)  | 3.91<br>(มาก)               | 0.67<br>(3)  | 3.96<br>(มาก)               | 0.59<br>(2)  | 3.84<br>(มาก)               | 0.60<br>(3)  |
| ความสะดวกในการติดต่อประสานงานกับฝ่ายขาย/บริษัท                         | 3.91<br>(มาก)                   | 0.83<br>(1)  | 4.00<br>(มาก)               | 0.74<br>(2)  | 4.00<br>(มาก)               | 0.68<br>(1)  | 4.00<br>(มาก)               | 0.82<br>(2)  |
| <b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>  | <b>3.59</b><br><b>(มาก)</b>     |              | <b>3.82</b><br><b>(มาก)</b> |              | <b>3.80</b><br><b>(มาก)</b> |              | <b>3.70</b><br><b>(มาก)</b> |              |

จากตารางที่ 15 เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามฝ่ายที่สังกัดของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า

ฝ่ายผู้บริหารระดับสูง (เจ้าของกิจการและกรรมการผู้จัดการ) มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก(ค่าเฉลี่ย 3.59) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ความสะดวกในการติดต่อประสานงานกับฝ่ายขาย/บริษัท (ค่าเฉลี่ย 3.91) ผลិតภัณฑ์ที่จัดส่งให้ถูกต้องทั้งประเภทและชนิดตามที่ได้ระบุในใบสั่งซื้อ พนักงานส่งผลิตภัณฑ์สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้ถูกต้องชัดเจน พนักงานที่จัดส่งผลิตภัณฑ์มีจำนวนเพียงพอในการให้บริการและพนักงานจัดส่งมีบุคลิกลักษณะที่ดีและมีความเป็นมิตร เท่ากัน(ค่าเฉลี่ย 3.82) มีความสะดวกในการติดต่อสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ พนักงานที่จัดส่งผลิตภัณฑ์มีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ พนักงานจัดส่งมีบุคลิกลักษณะที่ดีและมีความเป็นมิตร เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.73) และผลิตภัณฑ์ที่ถึงมือลูกค้ามีสภาพสมบูรณ์ (ค่าเฉลี่ย 3.64) ปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ มีความรวดเร็วในการจัดส่งผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.46) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับน้อย ได้แก่ บริษัทฯมีสต็อกที่เพียงพอต่อการจัดจำหน่ายเสมอ (ค่าเฉลี่ย 2.46) ตามลำดับคะแนนค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย

ฝ่ายผลิตให้ความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.82) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ มีความสะดวกในการติดต่อสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.04) ความสะดวกในการติดต่อประสานงานกับฝ่ายขาย/บริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.00) ผลิตภัณฑ์ที่จัดส่งให้ถูกต้องทั้งประเภทและชนิดตามที่ได้ระบุในใบสั่งซื้อ ผลิตภัณฑ์ที่ถึงมือลูกค้ามีสภาพสมบูรณ์ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.91) พนักงานส่งผลิตภัณฑ์สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้ถูกต้องชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.83) และมีความรวดเร็วในการจัดส่งผลิตภัณฑ์ พนักงานที่จัดส่งผลิตภัณฑ์มีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ พนักงานจัดส่งมีบุคลิกลักษณะที่ดีและมีความเป็นมิตร เท่ากัน(ค่าเฉลี่ย 3.74) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ บริษัทฯมีสต็อกที่เพียงพอต่อการจัดจำหน่ายเสมอ (ค่าเฉลี่ย 3.44) ตามลำดับคะแนนค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย

ฝ่ายควบคุมคุณภาพมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ความสะดวกในการติดต่อประสานงานกับฝ่ายขาย/บริษัท(ค่าเฉลี่ย 4.00) ผลิตภัณฑ์ที่ถึงมือลูกค้ามีสภาพสมบูรณ์ ผลิตภัณฑ์ที่จัดส่งให้ถูกต้องทั้งประเภทและชนิดตามที่ได้ระบุในใบสั่งซื้อ เท่ากัน(ค่าเฉลี่ย 3.96) มีความสะดวกในการติดต่อสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.93) มีความรวดเร็วในการจัดส่งผลิตภัณฑ์ พนักงานจัดส่งมีบุคลิกลักษณะที่ดีและมีความเป็นมิตร (ค่าเฉลี่ย 3.78) พนักงานส่งผลิตภัณฑ์สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้ถูกต้องชัดเจน พนักงานที่จัดส่งผลิตภัณฑ์มีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ เท่ากัน(ค่าเฉลี่ย 3.63)

และบริษัทมีสต็อกที่เพียงพอต่อการจัดจำหน่ายเสมอ (ค่าเฉลี่ย 3.56) ตามลำดับคะแนนค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย

ฝ่ายจัดซื้อมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.70) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ พนักงานส่งผลิตภัณฑ์สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้ถูกต้องชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.21) ผลิตภัณฑ์ที่จัดส่งให้ถูกต้องทั้งประเภทและชนิดตามที่ได้ระบุในใบสั่งซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.03) ความสะดวกในการติดต่อประสานงานกับฝ่ายขาย/บริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.00) และผลิตภัณฑ์ที่ถึงมือลูกค้ามีสภาพสมบูรณ์ (ค่าเฉลี่ย 3.84) มีความสะดวกในการติดต่อสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.79) พนักงานที่จัดส่งผลิตภัณฑ์มีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.63) มีความรวดเร็วในการจัดส่งผลิตภัณฑ์ บริษัทมีสต็อกที่เพียงพอต่อการจัดจำหน่ายเสมอเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.58) และพนักงานจัดส่งมีบุคลิกลักษณะที่ดีและมีความเป็นมิตร (ค่าเฉลี่ย 3.53) ตามลำดับคะแนนค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย

ตารางที่ 16 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของลูกค้าตามระดับความพึงพอใจของลูกค้า  
ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามฝ่ายที่สังกัดของผู้  
ตอบแบบสอบถาม

| ด้านการส่งเสริมการตลาด   | ฝ่ายที่สังกัดของผู้ตอบแบบสอบถาม |              |                       |              |                       |              |                           |              |
|--|---------------------------------|--------------|-----------------------|--------------|-----------------------|--------------|---------------------------|--------------|
|  | ฝ่ายผู้บริหาร<br>ระดับสูง       |              | ฝ่ายผลิต              |              | ฝ่ายควบคุม<br>คุณภาพ  |              | ฝ่ายจัดซื้อ               |              |
|  | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล              | SD.<br>ลำดับ | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล    | SD.<br>ลำดับ | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล    | SD.<br>ลำดับ | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล        | SD.<br>ลำดับ |
| มีการจัดรายการส่งเสริม<br>การขายในช่วงต่างๆ เช่น<br>การลดราคา การแถมสินค้า<br>พิเศษ การแจกตัวอย่าง<br>สินค้า | 2.55<br>(ปาน<br>กลาง)           | 0.82<br>(9)  | 3.39<br>(ปาน<br>กลาง) | 0.78<br>(7)  | 3.04<br>(ปาน<br>กลาง) | 0.76<br>(7)  | 2.95<br>(ปาน<br>กลาง)     | 0.71<br>(6)  |
| มีการโฆษณาให้ข้อมูล<br>เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในสื่อ<br>วารสารทางด้านสิ่งทออย่าง<br>เหมาะสม                       | 2.73<br>(ปาน<br>กลาง)           | 0.65<br>(7)  | 3.39<br>(ปาน<br>กลาง) | 0.78<br>(7)  | 3.22<br>(ปาน<br>กลาง) | 0.85<br>(6)  | 2.84<br>(ปาน<br>กลาง)     | 0.69<br>(7)  |
| พนักงานขายมีบุคลิก<br>ลักษณะที่ดีและมีความเป็น<br>มิตร   | 4.27<br>(มาก)                   | 0.65<br>(4)  | 3.87<br>(มาก)         | 0.82<br>(5)  | 4.15<br>(มาก)         | 0.60<br>(2)  | 4.16<br>(มาก)             | 0.69<br>(1)  |
| การแต่งกายของพนักงาน<br>ขายมีความเหมาะสม และดู<br>คล่องแคล่วพร้อมให้บริการ<br>ลูกค้า                         | 4.36<br>(มาก)                   | 0.67<br>(2)  | 3.96<br>(มาก)         | 0.83<br>(2)  | 4.15<br>(มาก)         | 0.66<br>(3)  | 4.05<br>(มาก)             | 0.78<br>(2)  |
| ความรู้ / ความสามารถของ<br>พนักงานขายเกี่ยวกับตัว<br>ผลิตภัณฑ์   | 4.09<br>(มาก)                   | 0.54<br>(5)  | 3.96<br>(มาก)         | 0.83<br>(2)  | 4.15<br>(มาก)         | 0.53<br>(1)  | 3.90<br>(มาก)             | 0.81<br>(3)  |
| ความถี่ในการเข้าพบเยี่ยม<br>เยือนติดต่องานของ<br>พนักงานขาย  | 4.36<br>(มาก)                   | 0.67<br>(2)  | 3.92<br>(มาก)         | 0.73<br>(4)  | 3.89<br>(มาก)         | 0.70<br>(5)  | 3.74<br>(มาก)             | 0.73<br>(5)  |
| ความเอาใจใส่ติดตามงาน<br>ของพนักงานขาย   | 4.46<br>(มาก)                   | 0.69<br>(1)  | 3.96<br>(มาก)         | 0.77<br>(1)  | 3.97<br>(มาก)         | 0.65<br>(4)  | 3.79<br>(มาก)             | 0.79<br>(4)  |
| จำนวนครั้งในการจัด<br>ฝึกอบรมให้กับลูกค้าใน<br>รอบปี   | 2.82<br>(ปาน<br>กลาง)           | 0.60<br>(6)  | 3.44<br>(ปาน<br>กลาง) | 0.66<br>(6)  | 3.00<br>(ปาน<br>กลาง) | 1.00<br>(9)  | 2.58<br>(ปาน<br>กลาง)     | 0.90<br>(9)  |
| ความหลากหลายของ<br>หลักสูตรที่จัดอบรมแก่<br>ลูกค้า   | 2.73<br>(ปาน<br>กลาง)           | 0.65<br>(7)  | 3.26<br>(ปาน<br>กลาง) | 0.62<br>(9)  | 3.00<br>(ปาน<br>กลาง) | 0.92<br>(8)  | 2.58<br>(ปาน<br>กลาง)     | 0.84<br>(8)  |
| <b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>  | <b>3.60<br/>(มาก)</b>           |              | <b>3.68<br/>(มาก)</b> |              | <b>3.62<br/>(มาก)</b> |              | <b>3.40<br/>(ปานกลาง)</b> |              |

จากตารางที่ 16 เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามฝ่ายที่สังกัดของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า

ฝ่ายผู้บริหารระดับสูง (เจ้าของกิจการและกรรมการผู้จัดการ) มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.60) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ความเอาใจใส่ติดตามงานของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.46) การแต่งกายของพนักงานขายมีความเหมาะสม และดูแลองค์แล้วพร้อมให้บริการลูกค้า ความถี่ในการเข้าพบเยี่ยมเยียนติดต่อกิจการของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.36) พนักงานขายมีบุคลิกลักษณะที่ดีและมีความเป็นมิตร (ค่าเฉลี่ย 4.27) และความรู้/ความสามารถของพนักงานขายเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.09) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ จำนวนครั้งในการจัดฝึกอบรมให้กับลูกค้าในรอบปี (ค่าเฉลี่ย 2.82) รองลงมา มีการโฆษณาให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในสื่อวารสารทางด้านสิ่งทออย่างเหมาะสม ความหลากหลายของหลักสูตรที่จัดอบรมแก่ลูกค้า เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 2.73) และมีการจัดรายการส่งเสริมการขายในช่วงต่างๆ เช่น การลดราคา การแถมสินค้าพิเศษ การแจกตัวอย่างสินค้า (ค่าเฉลี่ย 2.55) ตามลำดับคะแนนค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย

ฝ่ายผลิตมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.68) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ความเอาใจใส่ติดตามงานของพนักงานขาย ความรู้/ความสามารถของพนักงานขายเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ และการแต่งกายของพนักงานขายมีความเหมาะสม และดูแลองค์แล้วพร้อมให้บริการลูกค้า เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.96) ความถี่ในการเข้าพบเยี่ยมเยียนติดต่อกิจการของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.92) และพนักงานขายมีบุคลิกลักษณะที่ดีและมีความเป็นมิตร (ค่าเฉลี่ย 3.87) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ จำนวนครั้งในการจัดฝึกอบรมให้กับลูกค้าในรอบปี (ค่าเฉลี่ย 3.44) มีการจัดรายการส่งเสริมการขายในช่วงต่างๆ เช่น การลดราคา การแถมสินค้าพิเศษ การแจกตัวอย่างสินค้า มีการโฆษณาให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในสื่อวารสารทางด้านสิ่งทออย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.39) และความหลากหลายของหลักสูตรที่จัดอบรมแก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.26) ตามลำดับคะแนนค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย

ฝ่ายควบคุมคุณภาพมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.62) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ความรู้/ความสามารถของพนักงานขายเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ พนักงานขายมีบุคลิกลักษณะที่ดีและมีความเป็นมิตร) และการแต่งกายของพนักงานขายมีความเหมาะสม และดูแลองค์แล้วพร้อมให้บริการลูกค้า เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.15) ความเอาใจใส่ติดตามงานของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.97) และความถี่ในการเข้าพบเยี่ยมเยียนติดต่อกิจการของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.89) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ มีการโฆษณาให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในสื่อวารสารทางด้านสิ่งทออย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.22) มี

การจัดรายการส่งเสริมการขายในช่วงต่างๆ เช่น การลดราคา การแถมสินค้าพิเศษ การแจกตัวอย่างสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.04) และจำนวนครั้งในการจัดฝึกอบรมให้กับลูกค้าในรอบปี ความหลากหลายของหลักสูตรที่จัดอบรมแก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.00) เท่ากันตามลำดับคะแนนค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย

ฝ่ายจัดซื้อที่มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.40) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ พนักงานขายมีบุคลิกลักษณะที่ดีและมีความเป็นมิตร (ค่าเฉลี่ย 4.16) การแต่งกายของพนักงานขายมีความเหมาะสม และดูแลลูกค้าพร้อมให้บริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.05) ความรู้/ ความสามารถของพนักงานขายเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.90) ความเอาใจใส่ติดตามงานของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.79) และความถี่ในการเข้าพบเยี่ยมเยียนติดต่องานของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.74) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ มีการจัดรายการส่งเสริมการขายในช่วงต่างๆ เช่น การลดราคา การแถมสินค้าพิเศษ การแจกตัวอย่างสินค้า (ค่าเฉลี่ย 2.95) จำนวนครั้งในการจัดฝึกอบรมให้กับลูกค้าในรอบปี ความหลากหลายของหลักสูตรที่จัดอบรมแก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.58) เท่ากัน ตามลำดับคะแนนค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย

ตารางที่ 17 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของลูกค้าตามระดับความพึงพอใจของลูกค้า  
ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามทุนจดทะเบียนของกิจการที่  
ผู้ตอบแบบสอบถามทำงานอยู่

| ด้านผลิตภัณฑ์   | ทุนจดทะเบียนของกิจการ       |              |                             |              |                             |              |                             |              |
|---|-----------------------------|--------------|-----------------------------|--------------|-----------------------------|--------------|-----------------------------|--------------|
|   | ไม่เกิน 5<br>ล้านบาท        |              | 5 – 10 ล้านบาท              |              | 11 – 15 ล้านบาท             |              | 16 ล้านบาท<br>ขึ้นไป        |              |
|   | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล          | SD.<br>ลำดับ | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล          | SD.<br>ลำดับ | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล          | SD.<br>ลำดับ | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล          | SD.<br>ลำดับ |
| มีความหลากหลายของ<br>ประเภท/ชนิดผลิตภัณฑ์ที่<br>ซื้อและเคมีภัณฑ์ที่<br>เหมาะสมต่อความ<br>ต้องการของลูกค้า | 4.00<br>(มาก)               | 0.54<br>(1)  | 3.94<br>(มาก)               | 0.44<br>(1)  | 3.18<br>(ปาน<br>กลาง)       | 0.87<br>(6)  | 3.93<br>(มาก)               | 0.72<br>(5)  |
| มีคุณภาพที่เหมาะสมเป็น<br>ไปตามความต้องการของ<br>ลูกค้า   | 3.88<br>(มาก)               | 0.64<br>(2)  | 3.88<br>(มาก)               | 0.50<br>(2)  | 3.36<br>(ปาน<br>กลาง)       | 0.81<br>(5)  | 4.02<br>(มาก)               | 0.72<br>(3)  |
| ผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายมี<br>ชื่อเสียงหรือความน่าเชื่อ<br>ถือ  | 3.75<br>(มาก)               | 0.71<br>(3)  | 3.75<br>(มาก)               | 0.58<br>(4)  | 3.82<br>(มาก)               | 0.75<br>(1)  | 4.13<br>(มาก)               | 0.69<br>(1)  |
| เทคโนโลยีบรรจุภัณฑ์<br>และการบรรจุหีบห่อของ<br>ผลิตภัณฑ์ทันสมัยสวยงาม                                     | 3.50<br>(มาก)               | 0.54<br>(4)  | 3.44<br>(ปาน<br>กลาง)       | 0.63<br>(6)  | 3.73<br>(มาก)               | 0.65<br>(2)  | 4.04<br>(มาก)               | 0.78<br>(2)  |
| มีเอกสารประกอบมา<br>พร้อมผลิตภัณฑ์ / คู่มือ<br>การใช้งาน  | 3.38<br>(ปาน<br>กลาง)       | 0.52<br>(5)  | 3.81<br>(มาก)               | 0.54<br>(3)  | 3.55<br>(มาก)               | 0.82<br>(3)  | 4.02<br>(มาก)               | 0.78<br>(4)  |
| มีเงื่อนไขการรับประกัน<br>ผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม   | 3.25<br>(ปาน<br>กลาง)       | 0.46<br>(6)  | 3.69<br>(มาก)               | 0.48<br>(5)  | 3.46<br>(ปาน<br>กลาง)       | 0.69<br>(4)  | 3.76<br>(มาก)               | 0.86<br>(6)  |
| <b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>   | <b>3.63</b><br><b>(มาก)</b> |              | <b>3.75</b><br><b>(มาก)</b> |              | <b>3.52</b><br><b>(มาก)</b> |              | <b>3.99</b><br><b>(มาก)</b> |              |

จากตารางที่ 17 เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามทุนจดทะเบียนของกิจการที่  
ผู้ตอบแบบสอบถามทำงานอยู่ พบว่า



ทุนไม่เกิน 5 ล้านบาทมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.63) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ มีความหลากหลายของประเภท/ชนิดผลิตภัณฑ์สีเขียวและเคมีภัณฑ์ที่เหมาะสมต่อความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.00) มีคุณภาพที่เหมาะสมเป็นไปตามความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.88) ผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายมีชื่อเสียงหรือความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.75) และเทคโนโลยีบรรจุภัณฑ์และการบรรจุหีบห่อของผลิตภัณฑ์ทันสมัยสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.50) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ มีเอกสารประกอบมาพร้อมผลิตภัณฑ์ / คู่มือการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 3.38) มีเงื่อนไขการรับประกันผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.25) ตามลำดับคะแนนค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย

ทุน 5 – 10 ล้านบาทมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.75) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ มีความหลากหลายของประเภท/ชนิดผลิตภัณฑ์สีเขียวและเคมีภัณฑ์ที่เหมาะสมต่อความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.94) มีคุณภาพที่เหมาะสมเป็นไปตามความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.88) มีเอกสารประกอบมาพร้อมผลิตภัณฑ์ / คู่มือการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 3.81) ผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายมีชื่อเสียงหรือความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.75) และมีเงื่อนไขการรับประกันผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.69) ส่วนโดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ เทคโนโลยีบรรจุภัณฑ์และการบรรจุหีบห่อของผลิตภัณฑ์ทันสมัยสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.44) ตามลำดับคะแนนค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย

ทุน 11 – 15 ล้านบาทมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.52) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายมีชื่อเสียงหรือความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.82) เทคโนโลยีบรรจุภัณฑ์และการบรรจุหีบห่อของผลิตภัณฑ์ทันสมัยสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.73) และมีเอกสารประกอบมาพร้อมผลิตภัณฑ์ / คู่มือการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 3.55) ส่วนโดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ มีเงื่อนไขการรับประกันผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.46) มีคุณภาพที่เหมาะสมเป็นไปตามความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.36) และมีความหลากหลายของประเภท/ชนิดผลิตภัณฑ์สีเขียวและเคมีภัณฑ์ที่เหมาะสมต่อความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.18) ตามลำดับคะแนนค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย

ทุน 16 ล้านบาทขึ้นไปมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.99) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายมีชื่อเสียงหรือความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.13) เทคโนโลยีบรรจุภัณฑ์และการบรรจุหีบห่อของผลิตภัณฑ์ทันสมัยสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.04) มีคุณภาพที่เหมาะสมเป็นไปตามความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.02) และมีความหลากหลายของประเภท/ชนิดผลิตภัณฑ์สีเขียวและเคมีภัณฑ์ที่เหมาะสมต่อความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.93) มีเงื่อนไขการรับประกันผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.76) ตามลำดับคะแนนค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย

ตารางที่ 18 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของลูกค้าตามระดับความพึงพอใจของลูกค้า  
ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา จำแนกตามทุนจดทะเบียนของกิจการที่ผู้ตอบ  
แบบสอบถามทำงานอยู่

| ด้านราคา  | ทุนจดทะเบียนของกิจการ    |              |                          |              |                       |              |                          |              |
|---|--------------------------|--------------|--------------------------|--------------|-----------------------|--------------|--------------------------|--------------|
|   | ไม่เกิน 5 ล้านบาท        |              | 5 – 10 ล้านบาท           |              | 11 – 15 ล้านบาท       |              | 16 ล้านบาทขึ้นไป         |              |
|   | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล       | SD.<br>ลำดับ | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล       | SD.<br>ลำดับ | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล    | SD.<br>ลำดับ | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล       | SD.<br>ลำดับ |
| ราคาที่จัดจำหน่าย<br>เหมาะสมกับ<br>คุณภาพ                           | 3.25<br>(ปาน<br>กลาง)    | 0.46<br>(3)  | 3.13<br>(ปาน<br>กลาง)    | 0.62<br>(1)  | 2.82<br>(ปาน<br>กลาง) | 0.75<br>(1)  | 3.11<br>(ปาน<br>กลาง)    | 0.91<br>(4)  |
| มีระยะเวลาการขึ้น<br>ราคาที่เหมาะสม<br>(ราคาไม่เปลี่ยน<br>แปลงบ่อย) | 3.25<br>(ปาน<br>กลาง)    | 0.46<br>(3)  | 3.00<br>(ปาน<br>กลาง)    | 0.63<br>(3)  | 2.18<br>(น้อย)        | 0.60<br>(3)  | 3.18<br>(ปาน<br>กลาง)    | 0.98<br>(3)  |
| มีการให้ส่วนลด<br>ตามปริมาณการ<br>สั่งซื้อ                          | 3.13<br>(ปาน<br>กลาง)    | 0.35<br>(5)  | 2.81<br>(ปาน<br>กลาง)    | 0.66<br>(5)  | 1.82<br>(น้อย)        | 0.87<br>(5)  | 3.09<br>(ปาน<br>กลาง)    | 1.00<br>(5)  |
| มีระยะเวลาปลอด<br>ดอกเบี้ยที่เหมาะสม<br>/ มีเครดิตเทอม<br>เหมาะสม   | 3.38<br>(ปาน<br>กลาง)    | 0.74<br>(1)  | 3.00<br>(ปาน<br>กลาง)    | 0.52<br>(2)  | 2.36<br>(น้อย)        | 0.67<br>(2)  | 3.29<br>(ปาน<br>กลาง)    | 0.87<br>(2)  |
| มีเงื่อนไขการชำระ<br>เงินที่มีทางเลือกให้<br>ลูกค้า                 | 3.38<br>(ปาน<br>กลาง)    | 0.74<br>(1)  | 2.94<br>(ปาน<br>กลาง)    | 0.68<br>(4)  | 2.18<br>(น้อย)        | 1.08<br>(4)  | 3.36<br>(ปาน<br>กลาง)    | 0.96<br>(1)  |
| <b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>   | <b>3.28</b><br>(ปานกลาง) |              | <b>2.98</b><br>(ปานกลาง) |              | <b>2.27</b><br>(น้อย) |              | <b>3.20</b><br>(ปานกลาง) |              |

จากตารางที่ 18 เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านราคา จำแนกตามทุนจดทะเบียนของกิจการที่ผู้ตอบ  
แบบสอบถามทำงานอยู่ พบว่า

ทุนไม่เกิน 5 ล้านบาทมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.28)  
โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ มีระยะเวลาปลอดดอกเบี้ยที่เหมาะสม/ มีเครดิต  
เทอมเหมาะสม และมีเงื่อนไขการชำระเงินที่มีทางเลือกให้ลูกค้า เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.38) ส่วนปัจจัย  
ย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ราคาที่จัดจำหน่ายเหมาะสมกับคุณภาพ และมีระยะเวลา

การขึ้นราคาที่เหมาะสม (ราคาไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย) (ค่าเฉลี่ย 3.25) เท่ากัน รองลงมา มีการให้ส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.13) ตามลำดับคะแนนค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย

ทุน 5 – 10 ล้านบาทมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.98) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาที่จัดจำหน่ายเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.13) มีระยะเวลาปลอดดอกเบี้ยที่เหมาะสม/ มีเครดิตเทอมเหมาะสม และมีระยะเวลาการขึ้นราคาที่เหมาะสม (ราคาไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย) (ค่าเฉลี่ย 3.00) เท่ากัน มีเงื่อนไขการชำระเงินที่มีทางเลือกให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.94) และมีการให้ส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อ (ค่าเฉลี่ย 2.81) ตามลำดับคะแนนค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย

ทุน 11 – 15 ล้านบาทมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.27) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาที่จัดจำหน่ายเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 2.82) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับปานน้อย ได้แก่ มีระยะเวลาปลอดดอกเบี้ยที่เหมาะสม/ มีเครดิตเทอมเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 2.36) มีระยะเวลาการขึ้นราคาที่เหมาะสม (ราคาไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย) (ค่าเฉลี่ย 2.18) และมีการให้ส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อ (ค่าเฉลี่ย 1.82) ตามลำดับคะแนนค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย

ทุน 16 ล้านบาทขึ้นไปมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.20) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ มีเงื่อนไขการชำระเงินที่มีทางเลือกให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.36) มีระยะเวลาปลอดดอกเบี้ยที่เหมาะสม/ มีเครดิตเทอมเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.29) มีระยะเวลาการขึ้นราคาที่เหมาะสม (ราคาไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย) (ค่าเฉลี่ย 3.18) ราคาที่จัดจำหน่ายเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.11) และราคาที่จัดจำหน่ายเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.09) ตามลำดับคะแนนค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย

ตารางที่ 19 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของลูกค้าตามระดับความพึงพอใจของลูกค้า  
ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามทุนจดทะเบียน  
ของกิจการที่ผู้ตอบแบบสอบถามทำงานอยู่

| ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย  | ทุนจดทะเบียนของกิจการ    |              |                      |              |                          |              |                      |              |
|---|--------------------------|--------------|----------------------|--------------|--------------------------|--------------|----------------------|--------------|
|   | ไม่เกิน 5 ล้านบาท        |              | 5 – 10 ล้านบาท       |              | 11 – 15 ล้านบาท          |              | 16 ล้านบาทขึ้นไป     |              |
|   | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล       | SD.<br>ลำดับ | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล   | SD.<br>ลำดับ | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล       | SD.<br>ลำดับ | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล   | SD.<br>ลำดับ |
| มีความสะดวกในการติดต่อสั่งซื้อผลิตภัณฑ์                                   | 3.63<br>(มาก)            | 0.92<br>(1)  | 3.88<br>(มาก)        | 0.50<br>(1)  | 3.46<br>(ปานกลาง)        | 0.69<br>(6)  | 4.07<br>(มาก)        | 0.75<br>(3)  |
| มีความรวดเร็วในการจัดส่งผลิตภัณฑ์   | 3.50<br>(มาก)            | 0.76<br>(3)  | 3.38<br>(ปานกลาง)    | 0.62<br>(7)  | 3.36<br>(ปานกลาง)        | 0.67<br>(7)  | 3.89<br>(มาก)        | 0.78<br>(7)  |
| ผลิตภัณฑ์ที่จัดส่งให้ถูกต้องทั้งประเภทและชนิดตามที่ได้รับระบุในใบสั่งซื้อ | 3.63<br>(มาก)            | 0.92<br>(1)  | 3.69<br>(มาก)        | 0.70<br>(4)  | 3.91<br>(มาก)            | 0.70<br>(1)  | 4.18<br>(มาก)        | 0.72<br>(2)  |
| พนักงานส่งผลิตภัณฑ์สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้ถูกต้องชัดเจน      | 3.38<br>(ปานกลาง)        | 0.74<br>(7)  | 3.38<br>(ปานกลาง)    | 0.62<br>(7)  | 3.36<br>(ปานกลาง)        | 0.67<br>(7)  | 3.98<br>(มาก)        | 0.84<br>(5)  |
| พนักงานที่จัดส่งผลิตภัณฑ์มีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ                     | 3.38<br>(ปานกลาง)        | 0.74<br>(7)  | 3.38<br>(ปานกลาง)    | 0.50<br>(6)  | 3.36<br>(ปานกลาง)        | 0.51<br>(5)  | 3.87<br>(มาก)        | 0.69<br>(8)  |
| พนักงานจัดส่งมีบุคลิกลักษณะที่ดีและมีความเป็นมิตร                         | 3.50<br>(มาก)            | 0.76<br>(3)  | 3.44<br>(ปานกลาง)    | 0.51<br>(5)  | 3.46<br>(ปานกลาง)        | 0.52<br>(4)  | 3.91<br>(มาก)        | 0.63<br>(6)  |
| บริษัทฯ มีสต็อกที่เพียงพอต่อการจัดจำหน่ายเสมอ                             | 3.38<br>(ปานกลาง)        | 0.74<br>(7)  | 3.06<br>(ปานกลาง)    | 0.77<br>(9)  | 2.82<br>(ปานกลาง)        | 0.87<br>(9)  | 3.44<br>(ปานกลาง)    | 0.81<br>(9)  |
| ผลิตภัณฑ์ที่ถึงมือลูกค้ามีสภาพสมบูรณ์                                     | 3.50<br>(มาก)            | 0.93<br>(5)  | 3.81<br>(มาก)        | 0.54<br>(3)  | 3.64<br>(มาก)            | 0.67<br>(2)  | 4.02<br>(มาก)        | 0.54<br>(4)  |
| ความสะดวกในการติดต่อประสานงานกับฝ่ายขาย/บริษัท                            | 3.50<br>(มาก)            | 0.93<br>(5)  | 3.88<br>(มาก)        | 0.62<br>(2)  | 3.64<br>(มาก)            | 0.67<br>(2)  | 4.20<br>(มาก)        | 0.69<br>(1)  |
| <b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>   | <b>3.49</b><br>(ปานกลาง) |              | <b>3.54</b><br>(มาก) |              | <b>3.44</b><br>(ปานกลาง) |              | <b>3.95</b><br>(มาก) |              |

จากตารางที่ 19 เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามทุนจดทะเบียนของกิจการที่ผู้ตอบแบบสอบถามทำงานอยู่ พบว่า

ทุนไม่เกิน 5 ล้านบาทมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.49) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ มีความสะดวกในการติดต่อสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์ที่จัดส่งให้ถูกต้องทั้งประเภทและชนิดตามที่ได้ระบุในใบสั่งซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.63) มีความรวดเร็วในการจัดส่งผลิตภัณฑ์ พนักงานจัดส่งมีบุคลิกลักษณะที่ดีและมีความเป็นมิตร ผลิตภัณฑ์ที่ถึงมือลูกค้ามีสภาพสมบูรณ์ และความสะดวกในการติดต่อประสานงานกับฝ่ายขาย/บริษัท (ค่าเฉลี่ย 3.50) เท่ากัน ส่วนปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ พนักงานส่งผลิตภัณฑ์สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้ถูกต้องชัดเจน พนักงานที่จัดส่งผลิตภัณฑ์มีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ และบริษัทฯ มีสต็อกที่เพียงพอต่อการจัดจำหน่ายเสมอ (ค่าเฉลี่ย 3.38) เท่ากัน ตามลำดับคะแนนค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย

ทุน 5 – 10 ล้านบาทมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.54) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ มีความสะดวกในการติดต่อสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ ความสะดวกในการติดต่อประสานงานกับฝ่ายขาย/บริษัท เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.88) ผลิตภัณฑ์ที่ถึงมือลูกค้ามีสภาพสมบูรณ์ (ค่าเฉลี่ย 3.81) และผลิตภัณฑ์ที่จัดส่งให้ถูกต้องทั้งประเภทและชนิดตามที่ได้ระบุในใบสั่งซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.69) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ พนักงานจัดส่งมีบุคลิกลักษณะที่ดีและมีความเป็นมิตร (ค่าเฉลี่ย 3.44) มีความรวดเร็วในการจัดส่งผลิตภัณฑ์ พนักงานส่งผลิตภัณฑ์สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้ถูกต้องชัดเจน และพนักงานที่จัดส่งผลิตภัณฑ์มีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.38) และบริษัทฯ มีสต็อกที่เพียงพอต่อการจัดจำหน่ายเสมอ (ค่าเฉลี่ย 3.06) ตามลำดับคะแนนค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย

ทุน 11 – 15 ล้านบาทมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.44) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่จัดส่งให้ถูกต้องทั้งประเภทและชนิดตามที่ได้ระบุในใบสั่งซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.91) ผลิตภัณฑ์ที่ถึงมือลูกค้ามีสภาพสมบูรณ์ และความสะดวกในการติดต่อประสานงานกับฝ่ายขาย/บริษัท เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.64) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ มีความสะดวกในการติดต่อสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ พนักงานจัดส่งมีบุคลิกลักษณะที่ดีและมีความเป็นมิตร เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.46) พนักงานส่งผลิตภัณฑ์สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้ถูกต้องชัดเจน พนักงานที่จัดส่งผลิตภัณฑ์มีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.36) และบริษัทฯ มีสต็อกที่เพียงพอต่อการจัดจำหน่ายเสมอ (ค่าเฉลี่ย 2.83) ตามลำดับคะแนนค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย

ทุน 16 ล้านบาทขึ้นไปมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.95) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ความสะดวกในการติดต่อประสานงานกับฝ่ายขาย/บริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.20) ผลิตภัณฑ์ที่จัดส่งให้ถูกต้องทั้งประเภทและชนิดตามที่ได้ระบุในใบสั่งซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.18) มีความสะดวกในการติดต่อสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.07) ผลิตภัณฑ์ที่ถึงมือลูกค้ามีสภาพสมบูรณ์ (ค่าเฉลี่ย 4.20) พนักงานส่งผลิตภัณฑ์สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้ถูกต้องชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.98) พนักงานจัดส่งมีบุคลิกลักษณะที่ดีและมีความเป็นมิตร (ค่าเฉลี่ย 3.91) มีความรวดเร็วในการจัดส่งผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.89) และพนักงานที่จัดส่งผลิตภัณฑ์มีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.87) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ บริษัทที่มีสต็อกที่เพียงพอต่อการจัดจำหน่ายเสมอ (ค่าเฉลี่ย 3.44) ตามลำดับคะแนนค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย

ตารางที่ 20 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของลูกค้าตามระดับความพึงพอใจของลูกค้า  
ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามทุนจดทะเบียน  
ของกิจการที่ผู้ตอบแบบสอบถามทำงานอยู่

| ด้านการส่งเสริมการตลาด   | ทุนจดทะเบียนของกิจการ    |              |                          |              |                          |              |                      |              |
|--|--------------------------|--------------|--------------------------|--------------|--------------------------|--------------|----------------------|--------------|
|  | ไม่เกิน 5 ล้านบาท        |              | 5 – 10 ล้านบาท           |              | 11 – 15 ล้านบาท          |              | 16 ล้านบาทขึ้นไป     |              |
|  | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล       | SD.<br>ลำดับ | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล       | SD.<br>ลำดับ | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล       | SD.<br>ลำดับ | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล   | SD.<br>ลำดับ |
| มีการจัดรายการส่งเสริมการขายในช่วงต่างๆ เช่น การลดราคาการแถมสินค้า พิเศษการแจกตัวอย่างสินค้า | 2.88<br>(ปานกลาง)        | 0.35<br>(9)  | 2.94<br>(ปานกลาง)        | 0.57<br>(9)  | 2.73<br>(ปานกลาง)        | 1.01<br>(6)  | 3.20<br>(ปานกลาง)    | 0.84<br>(8)  |
| มีการโฆษณาให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในสื่อวารสารทางด้านสิ่งทออย่างเหมาะสม                   | 3.00<br>(ปานกลาง)        | 0.00<br>(6)  | 3.00<br>(ปานกลาง)        | 0.52<br>(6)  | 2.55<br>(ปานกลาง)        | 0.82<br>(7)  | 3.31<br>(ปานกลาง)    | 0.87<br>(6)  |
| พนักงานขายมีบุคลิกลักษณะที่ดีและมีความเป็นมิตร   | 3.63<br>(มาก)            | 0.92<br>(1)  | 3.88<br>(มาก)            | 0.62<br>(1)  | 3.82<br>(มาก)            | 0.60<br>(2)  | 4.31<br>(มาก)        | 0.63<br>(3)  |
| การแต่งกายของพนักงานขายมีความเหมาะสม และดูคล่องแคล่วพร้อมให้บริการลูกค้า                     | 3.50<br>(มาก)            | 0.76<br>(2)  | 3.69<br>(มาก)            | 0.70<br>(3)  | 3.91<br>(มาก)            | 0.70<br>(1)  | 4.40<br>(มาก)        | 0.61<br>(1)  |
| ความรู้ / ความสามารถของพนักงานขายเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์                                       | 3.38<br>(ปานกลาง)        | 0.74<br>(3)  | 3.69<br>(มาก)            | 0.60<br>(2)  | 3.64<br>(มาก)            | 0.51<br>(4)  | 4.36<br>(มาก)        | 0.57<br>(2)  |
| ความถี่ในการเข้าพบเยี่ยมเยียนติดต่องานของพนักงานขาย  | 3.38<br>(ปานกลาง)        | 0.74<br>(3)  | 3.69<br>(มาก)            | 0.70<br>(3)  | 3.64<br>(มาก)            | 0.67<br>(5)  | 4.18<br>(มาก)        | 0.65<br>(5)  |
| ความเอาใจใส่ติดตามงานของพนักงานขาย   | 3.38<br>(ปานกลาง)        | 0.74<br>(3)  | 3.69<br>(มาก)            | 0.70<br>(3)  | 3.73<br>(มาก)            | 0.65<br>(3)  | 4.27<br>(มาก)        | 0.65<br>(4)  |
| จำนวนครั้งในการจัดฝึกอบรมให้กับลูกค้าในรอบปี   | 3.00<br>(ปานกลาง)        | 0.54<br>(7)  | 2.88<br>(ปานกลาง)        | 0.62<br>(7)  | 2.09<br>(น้อย)           | 1.04<br>(8)  | 3.27<br>(ปานกลาง)    | 0.84<br>(7)  |
| ความหลากหลายของหลักสูตรที่จัดอบรมแก่ลูกค้า   | 3.00<br>(ปานกลาง)        | 0.54<br>(7)  | 2.88<br>(ปานกลาง)        | 0.62<br>(7)  | 2.00<br>(น้อย)           | 0.89<br>(9)  | 3.18<br>(ปานกลาง)    | 0.75<br>(9)  |
| <b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>  | <b>3.24</b><br>(ปานกลาง) |              | <b>3.37</b><br>(ปานกลาง) |              | <b>3.12</b><br>(ปานกลาง) |              | <b>3.83</b><br>(มาก) |              |

จากตารางที่ 20 เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามทุนจดทะเบียนของกิจการที่ผู้ตอบแบบสอบถามทำงานอยู่ พบว่า

ทุนไม่เกิน 5 ล้านบาทมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.24) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ พนักงานขายมีบุคลิกลักษณะที่ดีและมีความเป็นมิตร (ค่าเฉลี่ย 3.63) การแต่งกายของพนักงานขายมีความเหมาะสม และคู่มือส่งเสริมการขายให้บริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.50) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ความรู้/ความสามารถของพนักงานขายเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ ความถี่ในการเข้าพบเยี่ยมเยียนติดต่องานของพนักงานขาย ความเอาใจใส่ติดตามงานของพนักงานขาย เท่ากัน(ค่าเฉลี่ย 3.38) มีการโฆษณาให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในสื่อวารสารทางด้านสิ่งทออย่างเหมาะสม จำนวนครั้งในการจัดฝึกอบรมให้กับลูกค้าในรอบปี และความหลากหลายของหลักสูตรที่จัดอบรมแก่ลูกค้า(ค่าเฉลี่ย 3.00) เท่ากัน และมีการจัดรายการส่งเสริมการขายในช่วงต่างๆ เช่นการลดราคาการแถมสินค้าพิเศษการแจกตัวอย่างสินค้า (ค่าเฉลี่ย 2.88) ตามลำดับคะแนนค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย

ทุน 5 – 10 ล้านบาทมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.37) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ พนักงานขายมีบุคลิกลักษณะที่ดีและมีความเป็นมิตร (ค่าเฉลี่ย 3.88) ความรู้/ความสามารถของพนักงานขายเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ การแต่งกายของพนักงานขายมีความเหมาะสม และคู่มือส่งเสริมการขายให้บริการลูกค้า, ความถี่ในการเข้าพบเยี่ยมเยียนติดต่องานของพนักงานขาย และความเอาใจใส่ติดตามงานของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.69) เท่ากัน ส่วนปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ มีการโฆษณาให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในสื่อวารสารทางด้านสิ่งทออย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.00) มีการจัดรายการส่งเสริมการขายในช่วงต่างๆ เช่นการลดราคาการแถมสินค้าพิเศษการแจกตัวอย่างสินค้า (ค่าเฉลี่ย 2.94) และจำนวนครั้งในการจัดฝึกอบรมให้กับลูกค้าในรอบปี และความหลากหลายของหลักสูตรที่จัดอบรมแก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.88) เท่ากัน ตามลำดับคะแนนค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย

ทุน 11 – 15 ล้านบาทมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.12) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การแต่งกายของพนักงานขายมีความเหมาะสม และคู่มือส่งเสริมการขายให้บริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.91) พนักงานขายมีบุคลิกลักษณะที่ดีและมีความเป็นมิตร (ค่าเฉลี่ย 3.82) ความเอาใจใส่ติดตามงานของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.73) และความรู้/ความสามารถของพนักงานขายเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ และความถี่ในการเข้าพบเยี่ยมเยียนติดต่องานของพนักงานขาย เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.64) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ มีการจัดรายการส่งเสริมการขายในช่วงต่างๆ เช่นการลดราคาการแถมสินค้าพิเศษการแจกตัวอย่างสินค้า (ค่าเฉลี่ย 2.73) มีการโฆษณาให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในสื่อวารสารทางด้านสิ่งทออย่าง



เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 2.55) จำนวนครั้งในการจัดฝึกอบรมให้กับลูกค้าในรอบปี (ค่าเฉลี่ย 2.09) และความหลากหลายของหลักสูตรที่จัดอบรมแก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.00) ตามลำดับคะแนนค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย

ทุน 16 ล้านบาทขึ้นไปมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.83) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การแต่งกายของพนักงานขายมีความเหมาะสม และ คู่ครองแล้วพร้อมให้บริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.40) ความรู้ / ความสามารถของพนักงานขายเกี่ยวกับ ตัวผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.36) พนักงานขายมีบุคลิกลักษณะที่ดีและมีความเป็นมิตร (ค่าเฉลี่ย 4.31) ความเอาใจใส่ติดตามงานของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.27) ความถี่ในการเข้าพบเยี่ยมเยียนติดต่อ งานของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.18) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ มีการโฆษณาให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในสื่อวารสารทางด้านสิ่งทออย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.31) จำนวนครั้งในการจัดฝึกอบรมให้กับลูกค้าในรอบปี (ค่าเฉลี่ย 3.27) มีการจัดรายการส่งเสริมการขาย ในช่วงต่างๆ เช่นการลดราคาการแถมสินค้าพิเศษการแจกตัวอย่างสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.20) และความหลากหลายของหลักสูตรที่จัดอบรมแก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.18) ตามลำดับคะแนนค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย

#### ส่วนที่ 4 ปัญหาของลูกค้า

ที่มีต่อส่วนประสมการตลาดผลิตภัณฑ์สีย้อมและเคมีภัณฑ์สิ่งทอ

บริษัท กาสคาตา (ประเทศไทย) จำกัด

ตารางที่ 21 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความรุนแรงของปัญหาที่ลูกค้าพบต่อ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์

| ด้านผลิตภัณฑ์  | ค่าเฉลี่ย   | (แปลผล)       | SD.   | ลำดับที่ |
|--|-------------|---------------|-------|----------|
| ผลิตภัณฑ์ไม่ค่อยมีความหลากหลาย                                 | 2.30        | (น้อย)        | 0.786 | 2        |
| ผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายไม่ค่อยมีคุณภาพ                          | 2.11        | (น้อย)        | 0.693 | 4        |
| ไม่ค่อยมีเอกสารประกอบมาพร้อมผลิตภัณฑ์ / ไม่มีคู่มือการใช้งาน   | 2.13        | (น้อย)        | 0.817 | 3        |
| ขนาดบรรจุของผลิตภัณฑ์ไม่มีความเหมาะสม / ไม่มีทางเลือกให้ลูกค้า | 2.34        | (น้อย)        | 0.841 | 1        |
| <b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>  | <b>2.22</b> | <b>(น้อย)</b> |       |          |

จากตารางที่ 21 พบว่า ลูกค้าให้ระดับความรุนแรงของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย (2.22) โดยมีปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ ดังนี้ ขนาดบรรจุของผลิตภัณฑ์ไม่มีความเหมาะสม/ไม่มีทางเลือกให้ลูกค้า (2.34) ผลิตภัณฑ์ไม่ค่อยมีความหลากหลาย (2.30) ไม่ค่อยมีเอกสารประกอบมาพร้อมผลิตภัณฑ์ / ไม่มีคู่มือการใช้งาน (2.13) และผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายไม่ค่อยมีคุณภาพ (2.11)

ตารางที่ 22 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความรุนแรงของปัญหาที่ลูกค้าพบต่อ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา

| ด้านราคา  | ค่าเฉลี่ย   | (แปลผล)          | SD.   | ลำดับที่ |
|---|-------------|------------------|-------|----------|
| ราคาที่จัดจำหน่ายไม่เหมาะสมกับคุณภาพ                          | 2.88        | (ปานกลาง)        | 0.832 | 3        |
| มีระยะเวลาการยื่นราคาที่ไม่เหมาะสม (ราคามีการเปลี่ยนแปลงบ่อย) | 2.94        | (ปานกลาง)        | 0.817 | 1        |
| ไม่ค่อยมีเงื่อนไขการชำระเงินที่มีทางเลือกให้ลูกค้า            | 2.86        | (ปานกลาง)        | 0.951 | 4        |
| มีการให้ส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อที่ไม่เหมาะสม               | 2.94        | (ปานกลาง)        | 0.985 | 2        |
| <b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>   | <b>2.90</b> | <b>(ปานกลาง)</b> |       |          |

จากตารางที่ 22 พบว่า ลูกค้าให้ระดับความรุนแรงของปัญหาด้านราคาโดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (2.90) โดยมีปัญหาด้านราคาในปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ ดังนี้ มีระยะเวลาการยื่นราคาที่ไม่เหมาะสม (ราคามีการเปลี่ยนแปลงบ่อย) (2.94) มีการให้ส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อที่ไม่เหมาะสม (2.94) ราคาที่จัดจำหน่ายไม่เหมาะสมกับคุณภาพ (2.88) และไม่ค่อยมีเงื่อนไขการชำระเงินที่มีทางเลือกให้ลูกค้า (2.86)

ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความรุนแรงของปัญหาที่ลูกค้าพบต่อ  
ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

| ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย                              | ค่าเฉลี่ย   | (แปลผล)       | SD.  | ลำดับที่ |
|---|-------------|---------------|------|----------|
| ไม่ค่อยมีความสะดวกในการติดต่อสั่งซื้อสินค้า           | 2.04        | (น้อย)        | 0.80 | 4        |
| พนักงานที่จัดส่งสินค้ามีจำนวนไม่เพียงพอในการให้บริการ | 2.09        | (น้อย)        | 0.72 | 3        |
| บริษัทฯ มีสต็อกที่ไม่เพียงพอต่อการจัดจำหน่ายเสมอ      | 2.60        | (ปานกลาง)     | 0.94 | 1        |
| ความไม่สะดวกในการติดต่อประสานงานกับฝ่ายขาย/บริษัท     | 2.00        | (น้อย)        | 0.79 | 5        |
| ไม่มีความรวดเร็วในการจัดส่งผลิตภัณฑ์                  | 2.26        | (น้อย)        | 0.76 | 2        |
| <b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>                                   | <b>2.20</b> | <b>(น้อย)</b> |      |          |

จากตารางที่ 23 พบว่า ลูกค้าให้ระดับความรุนแรงของปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย (2.20) โดยมีปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ ดังนี้ บริษัทฯ มีสต็อกที่ไม่เพียงพอต่อการจัดจำหน่ายเสมอ ซึ่งเป็นปัจจัยย่อยเดียวที่แปลผลระดับปานกลาง (2.60) ไม่มีความรวดเร็วในการจัดส่งผลิตภัณฑ์ (2.26) พนักงานที่จัดส่งสินค้ามีจำนวนไม่เพียงพอในการให้บริการ (2.09) ไม่ค่อยมีความสะดวกในการติดต่อสั่งซื้อสินค้า (2.04) และความไม่สะดวกในการติดต่อประสานงานกับฝ่ายขาย/บริษัท(2.00)

**ตารางที่ 24** แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความรุนแรงของปัญหาที่ถูกค้าพบต่อ  
ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด

| ด้านการส่งเสริมการตลาด  | ค่าเฉลี่ย   | (แปลผล)       | SD.  | ลำดับที่ |
|---|-------------|---------------|------|----------|
| ไม่ค่อยมีการโฆษณาให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในสื่อ<br>วารสารทางด้านสิ่งทออย่างเหมาะสม | 2.53        | (ปานกลาง)     | 0.81 | 2        |
| พนักงานขาย ไม่เอาใจใส่ติดตามงาน   | 1.79        | (น้อย)        | 0.74 | 4        |
| ความรู้ / ความสามารถของพนักงานขายเกี่ยวกับตัว<br>ผลิตภัณฑ์มีน้อย                      | 1.91        | (น้อย)        | 0.75 | 3        |
| ไม่มีความหลากหลายของหลักสูตรที่จัดอบรมแก่ลูกค้า                                       | 2.60        | (ปานกลาง)     | 0.82 | 1        |
| <b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>   | <b>2.21</b> | <b>(น้อย)</b> |      |          |

จากตารางที่ 24 พบว่า ลูกค้าให้ระดับความรุนแรงของปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย (2.21) โดยมีปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดในปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ ดังนี้ ไม่มีความหลากหลายของหลักสูตรที่จัดอบรมแก่ลูกค้า ซึ่งแปลผลระดับปานกลาง (2.60) ไม่ค่อยมีการโฆษณาให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในสื่อวารสารทางด้านสิ่งทออย่างเหมาะสม ซึ่งแปลผลระดับปานกลาง (2.53) ความรู้ / ความสามารถของพนักงานขายเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์มีน้อย (1.91) และพนักงานขาย ไม่เอาใจใส่ติดตามงาน (1.79)

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความรุนแรงของปัญหาต่อปัจจัยส่วน  
 ประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการ  
 ส่งเสริมการตลาด

| ปัจจัยส่วนประสมการตลาด   | ค่าเฉลี่ยรวม | SD.  | ระดับความรุนแรง | ลำดับที่ |
|--------------------------|--------------|------|-----------------|----------|
| ด้านผลิตภัณฑ์            | 2.22         | 0.78 | น้อย            | 2        |
| ด้านราคา                 | 2.90         | 0.89 | ปานกลาง         | 1        |
| ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย | 2.20         | 0.80 | น้อย            | 4        |
| ด้านการส่งเสริมการตลาด   | 2.21         | 0.78 | น้อย            | 3        |

จากตารางที่ 25 พบว่า ลูกค้ายให้ระดับความรุนแรงของปัญหาต่อปัจจัยส่วนประสม  
 การตลาดด้านราคาเป็นลำดับ 1 โดยมีค่าเฉลี่ยรวมในระดับปานกลาง (2.90) รองลงมาคือ ด้าน  
 ผลิตภัณฑ์โดยมีค่าเฉลี่ยรวมในระดับน้อย (2.22) ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยรวมใน  
 ระดับน้อย (2.21) และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยมีค่าเฉลี่ยรวมในระดับน้อย (2.20)

ส่วนที่ 5 ปัญหาของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดผลิตภัณฑ์สีย้อมและเคมีภัณฑ์สิ่งทอ โดย  
จำแนกตามตำแหน่ง, ฝ่ายที่ตั้งกักของผู้ตอบแบบสอบถาม และทุนจดทะเบียนของกิจการ  
ที่ผู้ตอบแบบสอบถามทำงานอยู่

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของลูกค้าตามระดับความรุนแรงของปัญหา  
ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามตำแหน่งของผู้ตอบ  
แบบสอบถาม

| ด้านผลิตภัณฑ์  | ตำแหน่งของผู้ตอบแบบสอบถาม            |              |                       |              |                                   |              |                       |              |
|--|--------------------------------------|--------------|-----------------------|--------------|-----------------------------------|--------------|-----------------------|--------------|
|  | เจ้าของกิจการและ<br>กรรมการผู้จัดการ |              | ผู้จัดการ             |              | ผู้ช่วยผู้จัดการ<br>และหัวหน้างาน |              | พนักงาน               |              |
|  | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล                   | SD.<br>ลำดับ | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล    | SD.<br>ลำดับ | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล                | SD.<br>ลำดับ | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล    | SD.<br>ลำดับ |
| ผลิตภัณฑ์ไม่ค่อยมีความ<br>หลากหลาย                                   | 2.18<br>(น้อย)                       | 0.60<br>(1)  | 2.26<br>(น้อย)        | 0.59<br>(3)  | 2.00<br>(น้อย)                    | 0.82<br>(2)  | 2.52<br>(น้อย)        | 0.95<br>(1)  |
| ผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายไม่<br>ค่อยมีคุณภาพ                            | 2.18<br>(น้อย)                       | 0.60<br>(1)  | 2.15<br>(น้อย)        | 0.86<br>(4)  | 1.92<br>(น้อย)                    | 0.49<br>(3)  | 2.14<br>(น้อย)        | 0.64<br>(3)  |
| ไม่ค่อยมีเอกสารประกอบ<br>มาพร้อมผลิตภัณฑ์ / ไม่มี<br>คู่มือการใช้งาน | 2.09<br>(น้อย)                       | 0.54<br>(3)  | 2.33<br>(น้อย)        | 0.83<br>(2)  | 1.85<br>(น้อย)                    | 0.80<br>(4)  | 2.07<br>(น้อย)        | 0.88<br>(4)  |
| ขนาดบรรจุของผลิตภัณฑ์<br>ไม่มีความเหมาะสม/ไม่มี<br>ทางเลือกให้ลูกค้า | 2.00<br>(น้อย)                       | 0.45<br>(4)  | 2.59<br>(ปาน<br>กลาง) | 0.93<br>(1)  | 2.15<br>(น้อย)                    | 0.69<br>(1)  | 2.31<br>(น้อย)        | 0.89<br>(2)  |
| <b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>  | <b>2.11</b><br>(น้อย)                |              | <b>2.33</b><br>(น้อย) |              | <b>1.98</b><br>(น้อย)             |              | <b>2.26</b><br>(น้อย) |              |

จากตารางที่ 26 เมื่อพิจารณาปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามตำแหน่งของผู้ตอบ  
แบบสอบถาม พบว่า

ตำแหน่งเจ้าของกิจการและกรรมการผู้จัดการให้ความรุนแรงของปัญหามีค่าเฉลี่ยรวม  
ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.11) โดยมีปัจจัยย่อยที่ลูกค้าให้ความรุนแรงมีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ ดังนี้  
ผลิตภัณฑ์ไม่ค่อยมีความหลากหลาย และผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายไม่ค่อยมีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 2.18)  
ไม่ค่อยมีเอกสารประกอบมาพร้อมผลิตภัณฑ์ / ไม่มีคู่มือการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 2.09) และขนาดบรรจุ  
ของผลิตภัณฑ์ไม่มีความเหมาะสม/ไม่มีทางเลือกให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.00)

ตำแหน่งผู้จัดการให้ความรุนแรงของปัญหามีค่าเฉลี่ยรวมในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.33) โดยมีปัจจัยย่อยที่ลูกค้าให้ความรุนแรงมีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ ดังนี้ ขนาดบรรจุของผลิตภัณฑ์ไม่มีความเหมาะสม/ไม่มีทางเลือกให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.59) ไม่ค่อยมีเอกสารประกอบมาพร้อมผลิตภัณฑ์ /ไม่มีคู่มือการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 2.33) ผลิตภัณฑ์ไม่ค่อยมีความหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 2.26) และผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายไม่ค่อยมีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 2.15)

ตำแหน่งผู้ช่วยผู้จัดการและหัวหน้างานให้ความรุนแรงของปัญหามีค่าเฉลี่ยรวมในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 1.98) โดยมีปัจจัยย่อยที่ลูกค้าให้ความรุนแรงมีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ ดังนี้ ขนาดบรรจุของผลิตภัณฑ์ไม่มีความเหมาะสม/ไม่มีทางเลือกให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.15) ผลิตภัณฑ์ไม่ค่อยมีความหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 2.00) ผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายไม่ค่อยมีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 1.92) และไม่ค่อยมีเอกสารประกอบมาพร้อมผลิตภัณฑ์ /ไม่มีคู่มือการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 1.85)

ตำแหน่งพนักงานให้ความรุนแรงของปัญหามีค่าเฉลี่ยรวมในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.26) โดยมีปัจจัยย่อยที่ลูกค้าให้ความรุนแรงมีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ ดังนี้ ผลิตภัณฑ์ไม่ค่อยมีความหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 2.52) ขนาดบรรจุของผลิตภัณฑ์ไม่มีความเหมาะสม/ไม่มีทางเลือกให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.31) ผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายไม่ค่อยมีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 2.14) และไม่ค่อยมีเอกสารประกอบมาพร้อมผลิตภัณฑ์ /ไม่มีคู่มือการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 2.07)



ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของลูกค้านำตามระดับความรุนแรงของปัญหา  
ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา จำแนกตามตำแหน่งของผู้ตอบแบบสอบถาม

| ด้านราคา  | ตำแหน่งของผู้ตอบแบบสอบถาม                |              |                          |              |                                   |              |                          |              |
|---|--|--------------|--------------------------|--------------|-----------------------------------|--------------|--------------------------|--------------|
|   | เจ้าของกิจการ<br>และกรรมการ<br>ผู้จัดการ |              | ผู้จัดการ                |              | ผู้ช่วยผู้จัดการ<br>และหัวหน้างาน |              | พนักงาน                  |              |
|   | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล                       | SD.<br>ลำดับ | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล       | SD.<br>ลำดับ | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล                | SD.<br>ลำดับ | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล       | SD.<br>ลำดับ |
| ราคาที่จัดจำหน่ายไม่<br>เหมาะสมกับคุณภาพ                              | 3.91<br>(มาก)                            | 0.83<br>(4)  | 2.74<br>(ปาน<br>กลาง)    | 0.71<br>(2)  | 2.54<br>(ปาน<br>กลาง)             | 0.66<br>(2)  | 2.76<br>(ปาน<br>กลาง)    | 0.74<br>(3)  |
| มีระยะเวลาการขึ้นราคาที่ไม่<br>เหมาะสม (ราคามีการ<br>เปลี่ยนแปลงบ่อย) | 4.00<br>(มาก)                            | 0.89<br>(2)  | 2.82<br>(ปาน<br>กลาง)    | 0.62<br>(1)  | 2.69<br>(ปาน<br>กลาง)             | 0.48<br>(1)  | 2.76<br>(ปาน<br>กลาง)    | 0.79<br>(4)  |
| ไม่ค่อยมีเงื่อนไขการชำระ<br>เงินที่มีทางเลือกให้ลูกค้า                | 4.00<br>(มาก)                            | 1.00<br>(3)  | 2.59<br>(ปาน<br>กลาง)    | 0.75<br>(4)  | 2.46<br>(น้อย)                    | 0.52<br>(3)  | 2.86<br>(ปาน<br>กลาง)    | 0.95<br>(2)  |
| มีการให้ส่วนลดตาม<br>ปริมาณการสั่งซื้อที่ไม่<br>เหมาะสม               | 4.09<br>(มาก)                            | 0.83<br>(1)  | 2.67<br>(ปาน<br>กลาง)    | 0.78<br>(3)  | 2.39<br>(น้อย)                    | 0.65<br>(4)  | 3.00<br>(ปาน<br>กลาง)    | 1.00<br>(1)  |
| <b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>   | <b>4.00</b><br>(มาก)                     |              | <b>2.70</b><br>(ปานกลาง) |              | <b>2.52</b><br>(ปานกลาง)          |              | <b>2.85</b><br>(ปานกลาง) |              |

จากตารางที่ 27 เมื่อพิจารณาปัญหาด้านราคา จำแนกตามตำแหน่งของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า

ตำแหน่งเจ้าของกิจการและกรรมการผู้จัดการให้ความรุนแรงของปัญหามีค่าเฉลี่ยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) โดยมีปัจจัยย่อยที่ลูกค้าให้ความรุนแรงมีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ ดังนี้ มีการให้ส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อที่ไม่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.09) มีระยะเวลาการขึ้นราคาที่ไม่เหมาะสม (ราคามีการเปลี่ยนแปลงบ่อย) (ค่าเฉลี่ย 4.00) ไม่ค่อยมีเงื่อนไขการชำระเงินที่มีทางเลือกให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.00) และราคาที่จัดจำหน่ายไม่เหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.91)

ตำแหน่งผู้จัดการให้ความรุนแรงของปัญหามีค่าเฉลี่ยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.70) โดยมีปัจจัยย่อยที่ลูกค้าให้ความรุนแรงมีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ ดังนี้ มีระยะเวลาการขึ้นราคา

ที่ไม่เหมาะสม (ราคามีการเปลี่ยนแปลงบ่อย) (ค่าเฉลี่ย 2.82) ราคาที่จัดจำหน่ายไม่เหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 2.74) มีการให้ส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อที่ไม่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 2.67) และไม่คอยมีเงื่อนไขการชำระเงินที่มีทางเลือกให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.59)

ตำแหน่งผู้ช่วยผู้จัดการและหัวหน้างานให้ความรุนแรงของปัญหามีค่าเฉลี่ยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.52) โดยมีปัจจัยย่อยที่ลูกค้าให้ความรุนแรงมีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ ดังนี้ มีระยะเวลาการยื่นราคาที่ไม่เหมาะสม (ราคามีการเปลี่ยนแปลงบ่อย) (ค่าเฉลี่ย 2.69) ราคาที่จัดจำหน่ายไม่เหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 2.54) ไม่คอยมีเงื่อนไขการชำระเงินที่มีทางเลือกให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.46) และมีการให้ส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อที่ไม่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 2.39)

ตำแหน่งพนักงานให้ความรุนแรงของปัญหามีค่าเฉลี่ยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.85) โดยมีปัจจัยย่อยที่ลูกค้าให้ความรุนแรงมีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ ดังนี้ มีการให้ส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อที่ไม่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.00) ไม่คอยมีเงื่อนไขการชำระเงินที่มีทางเลือกให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.86) ราคาที่จัดจำหน่ายไม่เหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 2.76) และมีระยะเวลาการยื่นราคาที่ไม่เหมาะสม (ราคามีการเปลี่ยนแปลงบ่อย) (ค่าเฉลี่ย 2.76)

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของลูกค้านำตามระดับความรุนแรงของปัญหา  
ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามตำแหน่งของ  
ผู้ตอบแบบสอบถาม

| ด้านช่องทางการจัด<br>จำหน่าย                                  | ตำแหน่งของผู้ตอบแบบสอบถาม            |              |                       |              |                                    |              |                       |              |
|---|--------------------------------------|--------------|-----------------------|--------------|------------------------------------|--------------|-----------------------|--------------|
|   | เจ้าของกิจการและ<br>กรรมการผู้จัดการ |              | ผู้จัดการ             |              | ผู้ช่วยผู้จัดการ<br>และ หัวหน้างาน |              | พนักงาน               |              |
|   | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล                   | SD.<br>ลำดับ | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล    | SD.<br>ลำดับ | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล                 | SD.<br>ลำดับ | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล    | SD.<br>ลำดับ |
| ไม่ค่อยมีความสะดวก<br>ในการติดต่อสั่งซื้อ<br>สินค้า           | 2.36<br>(น้อย)                       | 0.67<br>(4)  | 2.00<br>(น้อย)        | 0.96<br>(5)  | 1.85<br>(น้อย)                     | 0.69<br>(3)  | 2.03<br>(น้อย)        | 0.73<br>(3)  |
| พนักงานที่จัดส่งสินค้า<br>มีจำนวนไม่เพียงพอใน<br>การให้บริการ | 2.46<br>(น้อย)                       | 0.69<br>(3)  | 2.15<br>(น้อย)        | 0.72<br>(3)  | 1.85<br>(น้อย)                     | 0.69<br>(3)  | 2.00<br>(น้อย)        | 0.71<br>(4)  |
| บริษัทฯ มีสต็อกที่ไม่<br>เพียงพอต่อการจัด<br>จำหน่ายเสมอ      | 3.09<br>(ปาน<br>กลาง)                | 1.30<br>(1)  | 2.59<br>(ปาน<br>กลาง) | 1.01<br>(1)  | 2.39<br>(น้อย)                     | 0.51<br>(1)  | 2.52<br>(ปาน<br>กลาง) | 0.83<br>(1)  |
| ความไม่สะดวกในการ<br>ติดต่อประสานงานกับ<br>ฝ่ายขาย/บริษัท     | 2.09<br>(น้อย)                       | 0.70<br>(5)  | 2.15<br>(น้อย)        | 0.91<br>(4)  | 1.77<br>(น้อย)                     | 0.73<br>(5)  | 1.93<br>(น้อย)        | 0.75<br>(5)  |
| ไม่มีความรวดเร็วใน<br>การจัดส่งผลิตภัณฑ์                      | 2.55<br>(ปาน<br>กลาง)                | 0.52<br>(2)  | 2.37<br>(น้อย)        | 0.97<br>(2)  | 2.08<br>(น้อย)                     | 0.64<br>(2)  | 2.14<br>(น้อย)        | 0.64<br>(2)  |
| <b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>   | <b>2.51</b><br>(ปานกลาง)             |              | <b>2.25</b><br>(น้อย) |              | <b>1.99</b><br>(น้อย)              |              | <b>2.12</b><br>(น้อย) |              |

จากตารางที่ 28 เมื่อพิจารณาปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามตำแหน่ง  
ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า

ตำแหน่งเจ้าของกิจการและกรรมการผู้จัดการให้ความรุนแรงของปัญหามีค่าเฉลี่ยรวม  
ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.51) โดยมีปัจจัยย่อยที่ลูกค้าให้ความรุนแรงมีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ  
ดังนี้ บริษัทฯ มีสต็อกที่ไม่เพียงพอต่อการจัดจำหน่ายเสมอ (ค่าเฉลี่ย 3.09) ไม่มีความรวดเร็วในการ  
จัดส่งผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 2.55) พนักงานที่จัดส่งสินค้ามีจำนวนไม่เพียงพอในการให้บริการ

(ค่าเฉลี่ย 2.46) ไม่ค่อยมีความสะดวกในการติดต่อสั่งซื้อสินค้า(ค่าเฉลี่ย 2.36) และความสะดวกในการติดต่อประสานงานกับฝ่ายขาย/บริษัท (ค่าเฉลี่ย 2.09)

ตำแหน่งผู้จัดการให้ความรุนแรงของปัญหามีค่าเฉลี่ยรวมในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.25) โดยมีปัจจัยย่อยที่ถูกค่าให้ความรุนแรงมีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ ดังนี้ บริษัทฯ มีสต็อกที่ไม่เพียงพอต่อการจัดจำหน่ายเสมอ (ค่าเฉลี่ย 2.59) ไม่มีความรวดเร็วในการจัดส่งผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 2.37) พนักงานที่จัดส่งสินค้ามีจำนวนไม่เพียงพอในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 2.15) ความสะดวกในการติดต่อประสานงานกับฝ่ายขาย/บริษัท (ค่าเฉลี่ย 2.15) และไม่ค่อยมีความสะดวกในการติดต่อสั่งซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 2.00)

ตำแหน่งผู้ช่วยผู้จัดการและหัวหน้างานให้ความรุนแรงของปัญหามีค่าเฉลี่ยรวมในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 1.99) โดยมีปัจจัยย่อยที่ถูกค่าให้ความรุนแรงมีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ ดังนี้ บริษัทฯ มีสต็อกที่ไม่เพียงพอต่อการจัดจำหน่ายเสมอ (ค่าเฉลี่ย 2.39) ไม่มีความรวดเร็วในการจัดส่งผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 2.08) พนักงานที่จัดส่งสินค้ามีจำนวนไม่เพียงพอในการให้บริการ และไม่ค่อยมีความสะดวกในการติดต่อสั่งซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 1.85) และความสะดวกในการติดต่อประสานงานกับฝ่ายขาย/บริษัท (ค่าเฉลี่ย 1.77)

ตำแหน่งพนักงานให้ความรุนแรงของปัญหามีค่าเฉลี่ยรวมในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.12) โดยมีปัจจัยย่อยที่ถูกค่าให้ความรุนแรงมีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ ดังนี้ บริษัทฯ มีสต็อกที่ไม่เพียงพอต่อการจัดจำหน่ายเสมอ (ค่าเฉลี่ย 2.52) ไม่มีความรวดเร็วในการจัดส่งผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 2.14) ไม่ค่อยมีความสะดวกในการติดต่อสั่งซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 2.03) พนักงานที่จัดส่งสินค้ามีจำนวนไม่เพียงพอในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 2.00) และความสะดวกในการติดต่อประสานงานกับฝ่ายขาย/บริษัท (ค่าเฉลี่ย 1.93)

**ตารางที่ 29** แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของลูก้าตามระดับความรุนแรงของปัญหา  
ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามตำแหน่งของ  
ผู้ตอบแบบสอบถาม

| ด้านการส่งเสริม<br>การตลาด  | ตำแหน่งของผู้ตอบแบบสอบถาม                |              |                       |              |                                   |              |                       |              |
|---|--|--------------|-----------------------|--------------|-----------------------------------|--------------|-----------------------|--------------|
|   | เจ้าของกิจการ<br>และกรรมการ<br>ผู้จัดการ |              | ผู้จัดการ             |              | ผู้ช่วยผู้จัดการ<br>และหัวหน้างาน |              | พนักงาน               |              |
|   | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล                       | SD.<br>ลำดับ | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล    | SD.<br>ลำดับ | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล                | SD.<br>ลำดับ | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล    | SD.<br>ลำดับ |
| ไม่ค่อยมีการโฆษณาให้<br>ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์<br>ในสื่อวารสารทางด้านสิ่ง<br>ทออย่างเหมาะสม | 2.73<br>(ปาน<br>กลาง)                    | 0.79<br>(1)  | 2.59<br>(ปาน<br>กลาง) | 0.84<br>(2)  | 2.46<br>(น้อย)                    | 0.52<br>(2)  | 2.42<br>(น้อย)        | 0.91<br>(2)  |
| พนักงานขาย ไม่เอาใจใส่<br>ติดตามงาน   | 1.55<br>(น้อย)                           | 0.69<br>(4)  | 2.04<br>(น้อย)        | 0.76<br>(3)  | 1.77<br>(น้อย)                    | 0.73<br>(4)  | 1.66<br>(น้อย)        | 0.72<br>(4)  |
| ความรู้/ ความสามารถ<br>ของพนักงานขายเกี่ยวกับ<br>ตัวผลิตภัณฑ์มีน้อย                           | 1.82<br>(น้อย)                           | 0.75<br>(3)  | 2.04<br>(น้อย)        | 0.76<br>(3)  | 1.85<br>(น้อย)                    | 0.80<br>(3)  | 1.86<br>(น้อย)        | 0.74<br>(3)  |
| ไม่มีความหลากหลาย<br>ของหลักสูตรที่จัดอบรม<br>แก่ลูก้า  | 2.46<br>(น้อย)                           | 0.69<br>(2)  | 2.63<br>(ปาน<br>กลาง) | 0.74<br>(1)  | 2.54<br>(ปาน<br>กลาง)             | 0.52<br>(1)  | 2.66<br>(ปาน<br>กลาง) | 1.05<br>(1)  |
| <b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>   | <b>2.14</b><br>(น้อย)                    |              | <b>2.32</b><br>(น้อย) |              | <b>2.15</b><br>(น้อย)             |              | <b>2.15</b><br>(น้อย) |              |

จากตารางที่ 29 เมื่อพิจารณาปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามตำแหน่ง  
ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า

ตำแหน่งเจ้าของกิจการและกรรมการผู้จัดการให้ความรุนแรงของปัญหามีค่าเฉลี่ยรวม  
ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.14) โดยมีปัจจัยย่อยที่ลูก้าให้ความรุนแรงมีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ ดังนี้  
ไม่ค่อยมีการโฆษณาให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในสื่อวารสารทางด้านสิ่งทออย่างเหมาะสม  
(ค่าเฉลี่ย 2.73) ไม่มีความหลากหลายของหลักสูตรที่จัดอบรมแก่ลูก้า (ค่าเฉลี่ย 2.46) ความรู้/  
ความสามารถของพนักงานขายเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์มีน้อย (ค่าเฉลี่ย 1.82) และพนักงานขาย ไม่เอา  
ใจใส่ติดตามงาน (ค่าเฉลี่ย 1.55)

ตำแหน่งผู้จัดการให้ความรุนแรงของปัญหามีค่าเฉลี่ยรวมในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.32) โดยมีปัจจัยย่อยที่ถูกค่าให้ความรุนแรงมีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ ดังนี้ ไม่มีความหลากหลายของหลักสูตรที่จัดอบรมแก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.63) ไม่ค่อยมีการโฆษณาให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในสื่อวารสารทางด้านสิ่งทออย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 2.59) ความรู้/ ความสามารถของพนักงานขายเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์มีน้อย (ค่าเฉลี่ย 1.85) และพนักงานขาย ไม่เอาใจใส่ติดตามงาน (ค่าเฉลี่ย 1.77)

ตำแหน่งผู้ช่วยผู้จัดการและหัวหน้างานให้ความรุนแรงของปัญหามีค่าเฉลี่ยรวมในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.15) โดยมีปัจจัยย่อยที่ถูกค่าให้ความรุนแรงมีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ ดังนี้ ไม่มีความหลากหลายของหลักสูตรที่จัดอบรมแก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.54) ไม่ค่อยมีการโฆษณาให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในสื่อวารสารทางด้านสิ่งทออย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 2.46) ความรู้/ ความสามารถของพนักงานขายเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์มีน้อย (ค่าเฉลี่ย 1.85) และพนักงานขาย ไม่เอาใจใส่ติดตามงาน (ค่าเฉลี่ย 1.77)

ตำแหน่งพนักงานให้ความรุนแรงของปัญหามีค่าเฉลี่ยรวมในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.15) โดยมีปัจจัยย่อยที่ถูกค่าให้ความรุนแรงมีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ ดังนี้ ไม่มีความหลากหลายของหลักสูตรที่จัดอบรมแก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.66) ไม่ค่อยมีการโฆษณาให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในสื่อวารสารทางด้านสิ่งทออย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 2.42) และความรู้/ ความสามารถของพนักงานขายเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์มีน้อย (ค่าเฉลี่ย 1.86) และพนักงานขาย ไม่เอาใจใส่ติดตามงาน (ค่าเฉลี่ย 1.66)

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของลูกค้ำตามระดับความรุนแรงของปัญหา  
ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามฝ่ายที่สังกัดของผู้ตอบ  
แบบสอบถาม

| ด้านผลิตภัณฑ์  | ฝ่ายที่สังกัดของผู้ตอบแบบสอบถาม |              |                       |              |                       |              |                       |              |
|--|---------------------------------|--------------|-----------------------|--------------|-----------------------|--------------|-----------------------|--------------|
|  | ฝ่ายผู้บริหาร<br>ระดับสูง       |              | ฝ่ายผลิต              |              | ฝ่ายควบคุม<br>คุณภาพ  |              | ฝ่ายจัดซื้อ           |              |
|  | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล              | SD.<br>ลำดับ | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล    | SD.<br>ลำดับ | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล    | SD.<br>ลำดับ | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล    | SD.<br>ลำดับ |
| ผลิตภัณฑ์ไม่ค่อยมีความหลากหลาย                               | 2.18<br>(น้อย)                  | 0.60<br>(1)  | 2.17<br>(น้อย)        | 0.65<br>(4)  | 2.37<br>(น้อย)        | 0.93<br>(1)  | 2.42<br>(น้อย)        | 0.84<br>(1)  |
| ผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายไม่ค่อยมีคุณภาพ                        | 2.18<br>(น้อย)                  | 0.60<br>(1)  | 2.30<br>(น้อย)        | 0.82<br>(3)  | 2.07<br>(น้อย)        | 0.62<br>(3)  | 1.90<br>(น้อย)        | 0.66<br>(3)  |
| ไม่ค่อยมีเอกสารประกอบมาพร้อมผลิตภัณฑ์/ไม่มีคู่มือการใช้งาน   | 2.09<br>(น้อย)                  | 0.54<br>(3)  | 2.39<br>(น้อย)        | 0.89<br>(2)  | 2.07<br>(น้อย)        | 0.87<br>(4)  | 1.90<br>(น้อย)        | 0.74<br>(4)  |
| ขนาดบรรจุของผลิตภัณฑ์ไม่มีความเหมาะสม/ไม่มีทางเลือกให้ลูกค้ำ | 2.00<br>(น้อย)                  | 0.45<br>(4)  | 2.57<br>(ปานกลาง)     | 0.79<br>(1)  | 2.22<br>(น้อย)        | 0.80<br>(2)  | 2.42<br>(น้อย)        | 1.07<br>(2)  |
| <b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>  | <b>2.11</b><br>(น้อย)           |              | <b>2.36</b><br>(น้อย) |              | <b>2.19</b><br>(น้อย) |              | <b>2.16</b><br>(น้อย) |              |

จากตารางที่ 30 เมื่อพิจารณาปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามฝ่ายที่สังกัดของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า

ฝ่ายผู้บริหารระดับสูง (เจ้าของกิจการและกรรมการผู้จัดการ) ให้ความสำคัญของปัญหามีค่าเฉลี่ยรวมในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.11) โดยมีปัจจัยย่อยที่ลูกค้ำให้ความสำคัญเรียงตามลำดับ ดังนี้ ผลิตภัณฑ์ไม่ค่อยมีความหลากหลาย และผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายไม่ค่อยมีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 2.18) ไม่ค่อยมีเอกสารประกอบมาพร้อมผลิตภัณฑ์/ไม่มีคู่มือการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 2.09) และขนาดบรรจุของผลิตภัณฑ์ไม่มีความเหมาะสม/ไม่มีทางเลือกให้ลูกค้ำ (ค่าเฉลี่ย 2.00)

ฝ่ายผลิตให้ความสำคัญของปัญหามีค่าเฉลี่ยรวมในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.36) โดยมีปัจจัยย่อยที่ลูกค้ำให้ความสำคัญเรียงตามลำดับ ดังนี้ ขนาดบรรจุของผลิตภัณฑ์ไม่มีความ

เหมาะสม/ไม่มีทางเลือกให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.57) ไม่ค่อยมีเอกสารประกอบมาพร้อมผลิตภัณฑ์/ไม่มีคู่มือการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 2.39) ผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายไม่ค่อยมีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 2.30) และผลิตภัณฑ์ไม่ค่อยมีความหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 2.17)

ฝ่ายควบคุมคุณภาพให้ความรุนแรงของปัญหามีค่าเฉลี่ยรวมในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.19) โดยมีปัจจัยย่อยที่ลูกค้าให้ความรุนแรงมีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ ดังนี้ ผลิตภัณฑ์ไม่ค่อยมีความหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 2.37) ขนาดบรรจุของผลิตภัณฑ์ไม่มีความเหมาะสม/ไม่มีทางเลือกให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.22) ผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายไม่ค่อยมีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 2.07) และไม่ค่อยมีเอกสารประกอบมาพร้อมผลิตภัณฑ์/ไม่มีคู่มือการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 2.07)

ฝ่ายจัดซื้อให้ความรุนแรงของปัญหามีค่าเฉลี่ยรวมในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.16) โดยมีปัจจัยย่อยที่ลูกค้าให้ความรุนแรงมีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ ดังนี้ ผลิตภัณฑ์ไม่ค่อยมีความหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 2.42) ขนาดบรรจุของผลิตภัณฑ์ไม่มีความเหมาะสม/ไม่มีทางเลือกให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.42) ผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายไม่ค่อยมีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 1.90) และไม่ค่อยมีเอกสารประกอบมาพร้อมผลิตภัณฑ์/ไม่มีคู่มือการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 1.90)



ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของลูกค้านำตามระดับความรุนแรงของปัญหา  
ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา จำแนกตามฝ่ายที่สังกัดของผู้ตอบ  
แบบสอบถาม

| ด้านราคา  | ฝ่ายที่สังกัดของผู้ตอบแบบสอบถาม |              |                          |              |                          |              |                          |              |
|---|---------------------------------|--------------|--------------------------|--------------|--------------------------|--------------|--------------------------|--------------|
|   | ฝ่ายผู้บริหาร<br>ระดับสูง       |              | ฝ่ายผลิต                 |              | ฝ่ายควบคุม<br>คุณภาพ     |              | ฝ่ายจัดซื้อ              |              |
|   | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล              | SD.<br>ลำดับ | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล       | SD.<br>ลำดับ | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล       | SD.<br>ลำดับ | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล       | SD.<br>ลำดับ |
| ราคาที่จัดจำหน่ายไม่<br>เหมาะสมกับคุณภาพ                              | 3.91<br>(มาก)                   | 0.83<br>(4)  | 2.65<br>(ปาน<br>กลาง)    | 0.71<br>(2)  | 2.59<br>(ปาน<br>กลาง)    | 0.75<br>(4)  | 2.95<br>(ปาน<br>กลาง)    | 0.62<br>(1)  |
| มีระยะเวลาการขึ้นราคา<br>ที่ไม่เหมาะสม (ราคามี<br>การเปลี่ยนแปลงบ่อย) | 4.00<br>(มาก)                   | 0.89<br>(2)  | 2.78<br>(ปาน<br>กลาง)    | 0.60<br>(1)  | 2.82<br>(ปาน<br>กลาง)    | 0.74<br>(1)  | 2.68<br>(ปาน<br>กลาง)    | 0.67<br>(4)  |
| ไม่ค่อยมีเงื่อนไขการ<br>ชำระเงินที่มีทางเลือก<br>ให้ลูกค้า            | 4.00<br>(มาก)                   | 1.00<br>(3)  | 2.57<br>(ปาน<br>กลาง)    | 0.79<br>(4)  | 2.74<br>(ปาน<br>กลาง)    | 0.81<br>(3)  | 2.74<br>(ปาน<br>กลาง)    | 0.87<br>(3)  |
| มีการให้ส่วนลดตาม<br>ปริมาณการสั่งซื้อที่ไม่<br>เหมาะสม               | 4.09<br>(มาก)                   | 0.83<br>(1)  | 2.61<br>(ปาน<br>กลาง)    | 0.72<br>(3)  | 2.74<br>(ปาน<br>กลาง)    | 0.76<br>(2)  | 2.95<br>(ปาน<br>กลาง)    | 1.18<br>(2)  |
| <b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>   | <b>4.00</b><br>(มาก)            |              | <b>2.65</b><br>(ปานกลาง) |              | <b>2.72</b><br>(ปานกลาง) |              | <b>2.83</b><br>(ปานกลาง) |              |

จากตารางที่ 31 เมื่อพิจารณาปัญหาด้านราคา จำแนกตามฝ่ายที่สังกัดของผู้ตอบ  
แบบสอบถาม พบว่า

ฝ่ายผู้บริหารระดับสูง (เจ้าของกิจการและกรรมการผู้จัดการ) ให้ความรุนแรงของ  
ปัญหามีค่าเฉลี่ยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) โดยมีปัจจัยย่อยที่ลูกค้าให้ความรุนแรงมีค่าเฉลี่ย  
เรียงตามลำดับ ดังนี้ มีการให้ส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อที่ไม่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.09) มี  
ระยะเวลาการขึ้นราคาที่ไม่เหมาะสม (ราคามีการเปลี่ยนแปลงบ่อย) (ค่าเฉลี่ย 4.00) ไม่ค่อยมี  
เงื่อนไขการชำระเงินที่มีทางเลือกให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.00) และราคาที่จัดจำหน่ายไม่เหมาะสมกับ  
คุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.91)

ฝ่ายผลิตให้ความรุนแรงของปัญหามีค่าเฉลี่ยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.65) โดยมีปัจจัยย่อยที่ลูกค้าให้ความรุนแรงมีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ ดังนี้ มีระยะเวลาการขึ้นราคาที่ไม่เหมาะสม (ราคามีการเปลี่ยนแปลงบ่อย) (ค่าเฉลี่ย 2.78) ราคาที่จัดจำหน่ายไม่เหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 2.65) มีการให้ส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อที่ไม่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 2.61) และไม่ค่อยมีเงื่อนไขการชำระเงินที่มีทางเลือกให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.57)

ฝ่ายควบคุมคุณภาพให้ความรุนแรงของปัญหามีค่าเฉลี่ยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.72) โดยมีปัจจัยย่อยที่ลูกค้าให้ความรุนแรงมีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ ดังนี้ มีระยะเวลาการขึ้นราคาที่ไม่เหมาะสม (ราคามีการเปลี่ยนแปลงบ่อย) (ค่าเฉลี่ย 2.82) มีการให้ส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อที่ไม่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 2.74) ไม่ค่อยมีเงื่อนไขการชำระเงินที่มีทางเลือกให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.74) และราคาที่จัดจำหน่ายไม่เหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 2.59)

ฝ่ายจัดซื้อให้ความรุนแรงของปัญหามีค่าเฉลี่ยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.83) โดยมีปัจจัยย่อยที่ลูกค้าให้ความรุนแรงมีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ ดังนี้ ราคาที่จัดจำหน่ายไม่เหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 2.95) มีการให้ส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อที่ไม่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 2.95) ไม่ค่อยมีเงื่อนไขการชำระเงินที่มีทางเลือกให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.74) และมีระยะเวลาการขึ้นราคาที่ไม่เหมาะสม (ราคามีการเปลี่ยนแปลงบ่อย) (ค่าเฉลี่ย 2.68)

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของลูกค้านำตามระดับความรุนแรงของปัญหา  
ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามฝ่ายที่สังกัดของ  
ผู้ตอบแบบสอบถาม

| ด้านช่องทางการจัด<br>จำหน่าย                                  | ฝ่ายที่สังกัดของผู้ตอบแบบสอบถาม |              |                       |              |                       |              |                       |              |
|---|---------------------------------|--------------|-----------------------|--------------|-----------------------|--------------|-----------------------|--------------|
|   | ฝ่ายผู้บริหาร<br>ระดับสูง       |              | ฝ่ายผลิต              |              | ฝ่ายควบคุม<br>คุณภาพ  |              | ฝ่ายจัดซื้อ           |              |
|   | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล              | SD.<br>ลำดับ | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล    | SD.<br>ลำดับ | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล    | SD.<br>ลำดับ | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล    | SD.<br>ลำดับ |
| ไม่ค่อยมีความสะดวก<br>ในการติดต่อสั่งซื้อ<br>สินค้า           | 2.36<br>(น้อย)                  | 0.67<br>(4)  | 2.13<br>(น้อย)        | 1.01<br>(4)  | 2.00<br>(น้อย)        | 0.68<br>(3)  | 1.79<br>(น้อย)        | 0.71<br>(5)  |
| พนักงานที่จัดส่งสินค้า<br>มีจำนวนไม่เพียงพอใน<br>การให้บริการ | 2.46<br>(น้อย)                  | 0.69<br>(3)  | 2.09<br>(น้อย)        | 0.73<br>(5)  | 2.00<br>(น้อย)        | 0.68<br>(3)  | 2.00<br>(น้อย)        | 0.75<br>(3)  |
| บริษัทฯ มีสต็อกที่ไม่<br>เพียงพอต่อการจัด<br>จำหน่ายเสมอ      | 3.09<br>(ปาน<br>กลาง)           | 1.30<br>(1)  | 2.61<br>(ปาน<br>กลาง) | 0.94<br>(1)  | 2.44<br>(น้อย)        | 0.64<br>(1)  | 2.53<br>(ปาน<br>กลาง) | 1.02<br>(1)  |
| ความไม่สะดวกในการ<br>ติดต่อประสานงานกับ<br>ฝ่ายขาย/บริษัท     | 2.09<br>(น้อย)                  | 0.70<br>(5)  | 2.13<br>(น้อย)        | 0.92<br>(3)  | 1.93<br>(น้อย)        | 0.73<br>(5)  | 1.90<br>(น้อย)        | 0.81<br>(4)  |
| ไม่มีความรวดเร็วใน<br>การจัดส่งผลิตภัณฑ์                      | 2.55<br>(ปาน<br>กลาง)           | 0.52<br>(2)  | 2.35<br>(น้อย)        | 0.83<br>(2)  | 2.07<br>(น้อย)        | 0.55<br>(2)  | 2.26<br>(น้อย)        | 0.99<br>(2)  |
| <b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>   | <b>2.51</b><br>(ปานกลาง)        |              | <b>2.26</b><br>(น้อย) |              | <b>2.09</b><br>(น้อย) |              | <b>2.10</b><br>(น้อย) |              |

จากตารางที่ 32 เมื่อพิจารณาปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามฝ่ายที่สังกัด  
ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า

ฝ่ายผู้บริหารระดับสูง (เจ้าของกิจการและกรรมการผู้จัดการ) ให้ความสำคัญรุนแรงของ  
ปัญหามีค่าเฉลี่ยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.51) โดยมีปัจจัยย่อยที่ลูกค้าให้ความสำคัญรุนแรงมี  
ค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ ดังนี้ บริษัทฯ มีสต็อกที่ไม่เพียงพอต่อการจัดจำหน่ายเสมอ (ค่าเฉลี่ย 3.09)  
ไม่มีความรวดเร็วในการจัดส่งผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 2.55) พนักงานที่จัดส่งสินค้ามีจำนวนไม่เพียงพอ

ในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 2.46) ไม่ค่อยมีความสะดวกในการติดต่อสั่งซื้อสินค้า(ค่าเฉลี่ย 2.36) และ ความไม่สะดวกในการติดต่อประสานงานกับฝ่ายขาย/บริษัท (ค่าเฉลี่ย 2.09)

ฝ่ายผลิตให้ความรุนแรงของปัญหามีค่าเฉลี่ยรวมในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.26) โดยมี ปัจจัยย่อยที่ถูกค่าให้ความรุนแรงมีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ ดังนี้ บริษัทฯ มีสต็อกที่ไม่เพียงพอต่อการ จัดจำหน่ายเสมอ (ค่าเฉลี่ย 2.61) ไม่มีความรวดเร็วในการจัดส่งผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 2.35) ความไม่ สะดวกในการติดต่อประสานงานกับฝ่ายขาย/บริษัท (ค่าเฉลี่ย 2.13) ไม่ค่อยมีความสะดวกในการ ติดต่อสั่งซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 2.13) และพนักงานที่จัดส่งสินค้ามีจำนวนไม่เพียงพอในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 2.09)

ฝ่ายควบคุมคุณภาพให้ความรุนแรงของปัญหามีค่าเฉลี่ยรวมในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.09) โดยมีปัจจัยย่อยที่ถูกค่าให้ความรุนแรงมีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ ดังนี้ บริษัทฯ มีสต็อกที่ไม่ เพียงพอต่อการจัดจำหน่ายเสมอ (ค่าเฉลี่ย 2.44) ไม่มีความรวดเร็วในการจัดส่งผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 2.07) พนักงานที่จัดส่งสินค้ามีจำนวนไม่เพียงพอในการให้บริการ และไม่ค่อยมีความสะดวกในการ ติดต่อสั่งซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 2.00) และความไม่สะดวกในการติดต่อประสานงานกับฝ่ายขาย/บริษัท (ค่าเฉลี่ย 1.93)

ฝ่ายจัดซื้อให้ความรุนแรงของปัญหามีค่าเฉลี่ยรวมในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.10) โดยมี ปัจจัยย่อยที่ถูกค่าให้ความรุนแรงมีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ ดังนี้ บริษัทฯ มีสต็อกที่ไม่เพียงพอต่อการ จัดจำหน่ายเสมอ (ค่าเฉลี่ย 2.53) ไม่มีความรวดเร็วในการจัดส่งผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 2.26) พนักงาน ที่จัดส่งสินค้ามีจำนวนไม่เพียงพอในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 2.00) ความไม่สะดวกในการติดต่อ ประสานงานกับฝ่ายขาย/บริษัท(ค่าเฉลี่ย 1.93) และไม่ค่อยมีความสะดวกในการติดต่อสั่งซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 1.79)

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของลูก้าตามระดับความรุนแรงของปัญหา  
ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามฝ่ายที่สังกัดของ  
ผู้ตอบแบบสอบถาม

| ด้านการส่งเสริม<br>การตลาด  | ฝ่ายที่สังกัดของผู้ตอบแบบสอบถาม |              |                       |              |                       |              |                       |              |
|---|---------------------------------|--------------|-----------------------|--------------|-----------------------|--------------|-----------------------|--------------|
|   | ฝ่ายผู้บริหาร<br>ระดับสูง       |              | ฝ่ายผลิต              |              | ฝ่ายควบคุม<br>คุณภาพ  |              | ฝ่ายจัดซื้อ           |              |
|   | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล              | SD.<br>ลำดับ | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล    | SD.<br>ลำดับ | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล    | SD.<br>ลำดับ | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล    | SD.<br>ลำดับ |
| ไม่ค่อยมีการโฆษณาให้<br>ข้อมูลเกี่ยวกับ<br>ผลิตภัณฑ์ในสื่อ<br>วารสารทางด้านสิ่งทอ<br>อย่างเหมาะสม | 2.73<br>(ปาน<br>กลาง)           | 0.79<br>(1)  | 2.52<br>(ปาน<br>กลาง) | 0.85<br>(1)  | 2.30<br>(น้อย)        | 0.87<br>(2)  | 2.74<br>(ปาน<br>กลาง) | 0.65<br>(2)  |
| พนักงานขาย ไม่เอาใจ<br>ใส่ติดตามงาน   | 1.55<br>(น้อย)                  | 0.69<br>(4)  | 2.04<br>(น้อย)        | 0.77<br>(3)  | 1.70<br>(น้อย)        | 0.67<br>(4)  | 1.74<br>(น้อย)        | 0.81<br>(4)  |
| ความรู้/ ความสามารถ<br>ของพนักงานขาย<br>เกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์มี<br>น้อย                           | 1.82<br>(น้อย)                  | 0.75<br>(3)  | 2.00<br>(น้อย)        | 0.74<br>(4)  | 1.85<br>(น้อย)        | 0.72<br>(3)  | 1.95<br>(น้อย)        | 0.85<br>(3)  |
| ไม่มีความหลากหลาย<br>ของหลักสูตรที่จัด<br>อบรมแก่ลูก้า  | 2.46<br>(น้อย)                  | 0.69<br>(2)  | 2.48<br>(น้อย)        | 0.73<br>(2)  | 2.59<br>(ปาน<br>กลาง) | 0.97<br>(1)  | 2.84<br>(ปาน<br>กลาง) | 0.77<br>(1)  |
| <b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>   | <b>2.14</b><br>(น้อย)           |              | <b>2.26</b><br>(น้อย) |              | <b>2.11</b><br>(น้อย) |              | <b>2.32</b><br>(น้อย) |              |

จากตารางที่ 33 เมื่อพิจารณาปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามฝ่ายที่สังกัด  
ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า

ฝ่ายผู้บริหารระดับสูง (เจ้าของกิจการและกรรมการผู้จัดการ) ให้ความสำคัญของ  
ปัญหามีค่าเฉลี่ยรวมในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.14) โดยมีปัจจัยย่อยที่ลูก้าให้ความสำคัญ  
เรียงตามลำดับ ดังนี้ ไม่ค่อยมีการโฆษณาให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในสื่อวารสารทางด้านสิ่งทอ  
อย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 2.73) ไม่มีความหลากหลายของหลักสูตรที่จัดอบรมแก่ลูก้า (ค่าเฉลี่ย

2.46) ความรู้ / ความสามารถของพนักงานขายเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์มีน้อย (ค่าเฉลี่ย 1.82) และพนักงานขายไม่เอาใจใส่ติดตามงาน (ค่าเฉลี่ย 1.55)

ฝ่ายผลิตให้ความสำคัญรุนแรงของปัญหามีค่าเฉลี่ยรวมในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.32) โดยมีปัจจัยย่อยที่ถูกค่าให้ความสำคัญรุนแรงมีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ ดังนี้ ไม่ค่อยมีการโฆษณาให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในสื่อวารสารทางด้านสิ่งทออย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 2.52) ไม่มีความหลากหลายของหลักสูตรที่จัดอบรมแก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.48) พนักงานขาย ไม่เอาใจใส่ติดตามงาน (ค่าเฉลี่ย 2.04) และความรู้ / ความสามารถของพนักงานขายเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์มีน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.00)

ฝ่ายควบคุมคุณภาพให้ความสำคัญรุนแรงของปัญหามีค่าเฉลี่ยรวมในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.11) โดยมีปัจจัยย่อยที่ถูกค่าให้ความสำคัญรุนแรงมีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ ดังนี้ ไม่มีความหลากหลายของหลักสูตรที่จัดอบรมแก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.59) ไม่ค่อยมีการโฆษณาให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในสื่อวารสารทางด้านสิ่งทออย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 2.30) ความรู้ / ความสามารถของพนักงานขายเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์มีน้อย (ค่าเฉลี่ย 1.85) และพนักงานขาย ไม่เอาใจใส่ติดตามงาน (ค่าเฉลี่ย 1.70)

ฝ่ายจัดซื้อให้ความสำคัญรุนแรงของปัญหามีค่าเฉลี่ยรวมในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.32) โดยมีปัจจัยย่อยที่ถูกค่าให้ความสำคัญรุนแรงมีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ ดังนี้ ไม่มีความหลากหลายของหลักสูตรที่จัดอบรมแก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.84) ไม่ค่อยมีการโฆษณาให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในสื่อวารสารทางด้านสิ่งทออย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 2.74) และความรู้ / ความสามารถของพนักงานขายเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์มีน้อย (ค่าเฉลี่ย 1.95) และพนักงานขายไม่เอาใจใส่ติดตามงาน (ค่าเฉลี่ย 1.74)

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของลูก้าตามระดับความรุนแรงของปัญหา  
 ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามทุนจดทะเบียนของกิจการที่  
 ผู้ตอบแบบสอบถามทำงานอยู่

| ด้านผลิตภัณฑ์   | ทุนจดทะเบียนของกิจการ    |              |                       |              |                       |              |                       |              |
|---|--------------------------|--------------|-----------------------|--------------|-----------------------|--------------|-----------------------|--------------|
|   | ไม่เกิน 5 ล้านบาท        |              | 5 – 10 ล้านบาท        |              | 11 – 15 ล้านบาท       |              | 16 ล้านบาทขึ้นไป      |              |
|   | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล       | SD.<br>ลำดับ | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล    | SD.<br>ลำดับ | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล    | SD.<br>ลำดับ | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล    | SD.<br>ลำดับ |
| ผลิตภัณฑ์ไม่ค่อยมี<br>ความหลากหลาย                                      | 2.38<br>(น้อย)           | 0.74<br>(4)  | 2.06<br>(น้อย)        | 0.57<br>(3)  | 2.81<br>(ปาน<br>กลาง) | 1.08<br>(1)  | 2.24<br>(น้อย)        | 0.74<br>(2)  |
| ผลิตภัณฑ์ที่จัด<br>จำหน่ายไม่ค่อยมี<br>คุณภาพ                           | 2.63<br>(ปาน<br>กลาง)    | 0.92<br>(3)  | 1.89<br>(น้อย)        | 0.50<br>(4)  | 2.00<br>(น้อย)        | 0.45<br>(3)  | 2.13<br>(น้อย)        | 0.73<br>(3)  |
| ไม่ค่อยมีเอกสาร<br>ประกอบมาพร้อม<br>ผลิตภัณฑ์/ไม่มี<br>คู่มือการใช้งาน  | 2.75<br>(ปาน<br>กลาง)    | 0.71<br>(1)  | 2.25<br>(น้อย)        | 0.57<br>(2)  | 1.82<br>(น้อย)        | 0.60<br>(4)  | 2.04<br>(น้อย)        | 0.90<br>(4)  |
| ขนาดบรรจุของ<br>ผลิตภัณฑ์ไม่มีความ<br>เหมาะสม/ไม่มี<br>ทางเลือกให้ลูก้า | 2.63<br>(ปาน<br>กลาง)    | 0.74<br>(2)  | 2.50<br>(ปาน<br>กลาง) | 0.63<br>(1)  | 2.09<br>(น้อย)        | 0.83<br>(2)  | 2.29<br>(น้อย)        | 0.92<br>(1)  |
| <b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>   | <b>2.59</b><br>(ปานกลาง) |              | <b>2.17</b><br>(น้อย) |              | <b>2.18</b><br>(น้อย) |              | <b>2.18</b><br>(น้อย) |              |

จากตารางที่ 34 เมื่อพิจารณาปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามทุนจดทะเบียนของ  
 กิจการที่ผู้ตอบแบบสอบถามทำงานอยู่

ทุนไม่เกิน 5 ล้านบาทให้ความรุนแรงของปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยรวมในระดับปานกลาง  
 (ค่าเฉลี่ย 2.59) โดยมีปัจจัยย่อยที่ลูก้าให้ความรุนแรงมีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ ดังนี้ ไม่ค่อยมี  
 เอกสารประกอบมาพร้อมผลิตภัณฑ์/ไม่มีคู่มือการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 2.75) ขนาดบรรจุของผลิตภัณฑ์  
 ไม่มีความเหมาะสม/ไม่มีทางเลือกให้ลูก้า (ค่าเฉลี่ย 2.63) ผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายไม่ค่อยมีคุณภาพ  
 (ค่าเฉลี่ย 2.63) และผลิตภัณฑ์ไม่ค่อยมีความหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 2.38)

ทุน 5 – 10 ล้านบาทให้ความรุนแรงของปัญหามีค่าเฉลี่ยรวมในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.17) โดยมีปัจจัยย่อยที่ลูกค้ำให้ความรุนแรงมีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ ดังนี้ ขนาดบรรจุของผลิตภัณฑ์ไม่มีความเหมาะสม/ไม่มีทางเลือกให้ลูกค้ำ (ค่าเฉลี่ย 2.50) ไม่ค่อยมีเอกสารประกอบมาพร้อมผลิตภัณฑ์/ไม่มีคู่มือการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 2.25) ผลิตภัณฑ์ไม่ค่อยมีความหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 2.06) และผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายไม่ค่อยมีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 1.89)

ทุน 11 – 15 ล้านบาทให้ความรุนแรงของปัญหามีค่าเฉลี่ยรวมในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.18) โดยมีปัจจัยย่อยที่ลูกค้ำให้ความรุนแรงมีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ ดังนี้ ผลิตภัณฑ์ไม่ค่อยมีความหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 2.81) ขนาดบรรจุของผลิตภัณฑ์ไม่มีความเหมาะสม/ไม่มีทางเลือกให้ลูกค้ำ (ค่าเฉลี่ย 2.09) ผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายไม่ค่อยมีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 2.00) และไม่ค่อยมีเอกสารประกอบมาพร้อมผลิตภัณฑ์/ไม่มีคู่มือการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 1.82)

ทุน 16 ล้านบาทขึ้นไปให้ความรุนแรงของปัญหามีค่าเฉลี่ยรวมในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.18) โดยมีปัจจัยย่อยที่ลูกค้ำให้ความรุนแรงมีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ ดังนี้ ขนาดบรรจุของผลิตภัณฑ์ไม่มีความเหมาะสม/ไม่มีทางเลือกให้ลูกค้ำ (ค่าเฉลี่ย 2.29) ผลิตภัณฑ์ไม่ค่อยมีความหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 2.24) ผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายไม่ค่อยมีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 2.13) และไม่ค่อยมีเอกสารประกอบมาพร้อมผลิตภัณฑ์/ไม่มีคู่มือการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 2.04)



ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของลูกค้ำตามระดับความรุนแรงของปัญหา  
ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา จำแนกตามทุนจดทะเบียนของกิจการที่ผู้ตอบ  
แบบสอบถามทำงานอยู่

| ด้านราคา  | ทุนจดทะเบียนของกิจการ    |              |                          |              |                          |              |                          |              |
|---|--------------------------|--------------|--------------------------|--------------|--------------------------|--------------|--------------------------|--------------|
|   | ไม่เกิน 5 ล้านบาท        |              | 5 – 10 ล้านบาท           |              | 11 – 15 ล้านบาท          |              | 16 ล้านบาทขึ้นไป         |              |
|   | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล       | SD.<br>ลำดับ | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล       | SD.<br>ลำดับ | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล       | SD.<br>ลำดับ | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล       | SD.<br>ลำดับ |
| ราคาที่จัดจำหน่ายไม่<br>เหมาะสมกับคุณภาพ                              | 2.75<br>(ปาน<br>กลาง)    | 0.89<br>(4)  | 2.69<br>(ปาน<br>กลาง)    | 0.79<br>(3)  | 3.00<br>(ปาน<br>กลาง)    | 0.89<br>(3)  | 2.93<br>(ปาน<br>กลาง)    | 0.84<br>(1)  |
| มีระยะเวลาการขึ้นราคา<br>ที่ไม่เหมาะสม (ราคามี<br>การเปลี่ยนแปลงบ่อย) | 3.13<br>(ปาน<br>กลาง)    | 0.35<br>(1)  | 2.88<br>(ปาน<br>กลาง)    | 0.72<br>(1)  | 3.00<br>(ปาน<br>กลาง)    | 1.11<br>(4)  | 2.91<br>(ปาน<br>กลาง)    | 0.84<br>(2)  |
| ไม่ค่อยมีเงื่อนไขการ<br>ชำระเงินที่มีทางเลือก<br>ให้ลูกค้ำ            | 3.00<br>(ปาน<br>กลาง)    | 0.54<br>(2)  | 2.81<br>(ปาน<br>กลาง)    | 0.75<br>(2)  | 3.36<br>(ปาน<br>กลาง)    | 0.92<br>(2)  | 2.73<br>(ปาน<br>กลาง)    | 1.05<br>(4)  |
| มีการให้ส่วนลดตาม<br>ปริมาณการสั่งซื้อที่ไม่<br>เหมาะสม               | 2.88<br>(ปาน<br>กลาง)    | 0.35<br>(3)  | 2.69<br>(ปาน<br>กลาง)    | 0.87<br>(4)  | 3.82<br>(มาก)            | 1.08<br>(1)  | 2.82<br>(ปาน<br>กลาง)    | 0.98<br>(3)  |
| <b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>   | <b>2.94</b><br>(ปานกลาง) |              | <b>2.77</b><br>(ปานกลาง) |              | <b>3.30</b><br>(ปานกลาง) |              | <b>2.85</b><br>(ปานกลาง) |              |

จากตารางที่ 35 เมื่อพิจารณาปัญหาด้านราคา จำแนกตามทุนจดทะเบียนของกิจการที่  
ผู้ตอบแบบสอบถามทำงานอยู่

ทุนไม่เกิน 5 ล้านบาทให้ความรุนแรงของปัญหามีค่าเฉลี่ยรวมในระดับปานกลาง  
(ค่าเฉลี่ย 2.94) โดยมีปัจจัยย่อยที่ลูกค้ำให้ความรุนแรงมีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ ดังนี้ มีระยะเวลาการ  
ขึ้นราคาที่ไม่เหมาะสม (ราคามีการเปลี่ยนแปลงบ่อย) (ค่าเฉลี่ย 3.13) ไม่ค่อยมีเงื่อนไขการชำระเงิน  
ที่มีทางเลือกให้ลูกค้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.00) มีการให้ส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อที่ไม่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย  
2.88) และราคาที่จัดจำหน่ายไม่เหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 2.75)

ทุน 5 – 10 ล้านบาทให้ความรุนแรงของปัญหามีค่าเฉลี่ยรวมในระดับปานกลาง  
(ค่าเฉลี่ย 2.77) โดยมีปัจจัยย่อยที่ลูกค้ำให้ความรุนแรงมีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ ดังนี้ มีระยะเวลาการ  
ขึ้นราคาที่ไม่เหมาะสม (ราคา

มีการเปลี่ยนแปลงบ่อย) (ค่าเฉลี่ย 2.88) ไม่ค่อยมีเงื่อนไขการชำระเงินที่มีทางเลือกให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.81) ราคาที่จัดจำหน่ายไม่เหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 2.69) และมีการให้ส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อที่ไม่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 2.69)

ทวน 11 – 15 ด้านบาทให้ความรุนแรงของปัญหามีค่าเฉลี่ยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.30) โดยมีปัจจัยย่อยที่ลูกค้าให้ความรุนแรงมีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ ดังนี้ มีการให้ส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อที่ไม่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.82) ไม่ค่อยมีเงื่อนไขการชำระเงินที่มีทางเลือกให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.36) ราคาที่จัดจำหน่ายไม่เหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.00) และมีระยะเวลาการขึ้นราคาที่ไม่เหมาะสม (ราคามีการเปลี่ยนแปลงบ่อย) (ค่าเฉลี่ย 3.00)

ทวน 16 ด้านบาทขึ้นไปให้ความรุนแรงของปัญหามีค่าเฉลี่ยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.85) โดยมีปัจจัยย่อยที่ลูกค้าให้ความรุนแรงมีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ ดังนี้ ราคาที่จัดจำหน่ายไม่เหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 2.93) มีระยะเวลาการขึ้นราคาที่ไม่เหมาะสม (ราคามีการเปลี่ยนแปลงบ่อย) (ค่าเฉลี่ย 2.91) มีการให้ส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อที่ไม่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 2.82) และไม่ค่อยมีเงื่อนไขการชำระเงินที่มีทางเลือกให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.73)

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของลูกค้านำตามระดับความรุนแรงของปัญหา ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามทุนจดทะเบียนของกิจการที่ผู้ตอบแบบสอบถามทำงานอยู่

| ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย                              | ทุนจดทะเบียนของกิจการ    |              |                       |              |                       |              |                       |              |
|---|--------------------------|--------------|-----------------------|--------------|-----------------------|--------------|-----------------------|--------------|
|   | ไม่เกิน 5 ล้านบาท        |              | 5 – 10 ล้านบาท        |              | 11 – 15 ล้านบาท       |              | 16 ล้านบาทขึ้นไป      |              |
|   | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล       | SD.<br>ลำดับ | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล    | SD.<br>ลำดับ | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล    | SD.<br>ลำดับ | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล    | SD.<br>ลำดับ |
| ไม่ค่อยมีความสะดวกในการติดต่อสั่งซื้อสินค้า           | 2.50<br>(ปานกลาง)        | 0.93<br>(4)  | 1.94<br>(น้อย)        | 0.44<br>(5)  | 2.00<br>(น้อย)        | 0.45<br>(3)  | 2.00<br>(น้อย)        | 0.93<br>(3)  |
| พนักงานที่จัดส่งสินค้ามีจำนวนไม่เพียงพอในการให้บริการ | 2.75<br>(ปานกลาง)        | 0.89<br>(2)  | 2.13<br>(น้อย)        | 0.50<br>(3)  | 2.00<br>(น้อย)        | 0.45<br>(3)  | 1.98<br>(น้อย)        | 0.75<br>(4)  |
| บริษัทฯ มีสต็อกที่ไม่เพียงพอต่อการจัดจำหน่ายเสมอ      | 2.75<br>(ปานกลาง)        | 0.71<br>(1)  | 2.44<br>(น้อย)        | 0.81<br>(1)  | 2.64<br>(ปานกลาง)     | 0.92<br>(1)  | 2.62<br>(ปานกลาง)     | 1.03<br>(1)  |
| ความไม่สะดวกในการติดต่อประสานงานกับฝ่ายขาย/บริษัท     | 2.75<br>(ปานกลาง)        | 0.89<br>(2)  | 2.13<br>(น้อย)        | 0.62<br>(4)  | 2.00<br>(น้อย)        | 0.63<br>(5)  | 1.82<br>(น้อย)        | 0.81<br>(5)  |
| ไม่มีความรวดเร็วในการจัดส่งผลิตภัณฑ์                  | 2.50<br>(ปานกลาง)        | 0.93<br>(4)  | 2.31<br>(น้อย)        | 0.48<br>(2)  | 2.36<br>(น้อย)        | 0.67<br>(2)  | 2.18<br>(น้อย)        | 0.83<br>(2)  |
| <b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>                                   | <b>2.65</b><br>(ปานกลาง) |              | <b>2.19</b><br>(น้อย) |              | <b>2.20</b><br>(น้อย) |              | <b>2.12</b><br>(น้อย) |              |

จากตารางที่ 36 เมื่อพิจารณาปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามทุนจดทะเบียนของกิจการที่ผู้ตอบแบบสอบถามทำงานอยู่

ทุนไม่เกิน 5 ล้านบาทให้ความรุนแรงของปัญหามีค่าเฉลี่ยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.65) โดยมีปัจจัยย่อยที่ลูกค้าให้ความรุนแรงมีค่าเฉลี่ยในเรียงตามลำดับ ดังนี้ บริษัทฯ มีสต็อกที่ไม่เพียงพอต่อการจัดจำหน่ายเสมอ (ค่าเฉลี่ย 2.75) พนักงานที่จัดส่งสินค้ามีจำนวนไม่เพียงพอในการให้บริการ และความไม่สะดวกในการติดต่อประสานงานกับฝ่ายขาย/บริษัท (ค่าเฉลี่ย

2.75) ไม่ค่อยมีความสะดวกในการติดต่อสั่งซื้อสินค้า และไม่มีความเร็วในการจัดส่งผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 2.50)

ทวน 5 – 10 สำนบทให้ความรุนแรงของปัญหามีค่าเฉลี่ยรวมในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย

2.19) โดยมีปัจจัยย่อยที่ลูกค้าให้ความรุนแรงมีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ ดังนี้ บริษัทฯ มีสต็อกที่ไม่เพียงพอต่อการจัดจำหน่ายเสมอ (ค่าเฉลี่ย 2.44) ไม่มีความเร็วในการจัดส่งผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย

2.31) พนักงานที่จัดส่งสินค้ามีจำนวนไม่เพียงพอในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 2.13) ความไม่สะดวกในการติดต่อประสานงานกับฝ่ายขาย/บริษัท (ค่าเฉลี่ย 2.13) และไม่ค่อยมีความสะดวกในการติดต่อสั่งซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 1.94)

ทวน 11 – 15 สำนบทให้ความรุนแรงของปัญหามีค่าเฉลี่ยรวมในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย

2.20) โดยมีปัจจัยย่อยที่ลูกค้าให้ความรุนแรงมีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ ดังนี้ บริษัทฯ มีสต็อกที่ไม่เพียงพอต่อการจัดจำหน่ายเสมอ (ค่าเฉลี่ย 2.64) ไม่มีความเร็วในการจัดส่งผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย

2.36) ไม่ค่อยมีความสะดวกในการติดต่อสั่งซื้อสินค้า พนักงานที่จัดส่งสินค้ามีจำนวนไม่เพียงพอในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 2.00) และความไม่สะดวกในการติดต่อประสานงานกับฝ่ายขาย/บริษัท (ค่าเฉลี่ย 2.00)

ทวน 16 สำนบทขึ้นไปให้ความรุนแรงของปัญหามีค่าเฉลี่ยรวมในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย

2.12) โดยมีปัจจัยย่อยที่ลูกค้าให้ความรุนแรงมีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ ดังนี้ บริษัทฯ มีสต็อกที่ไม่เพียงพอต่อการจัดจำหน่ายเสมอ (ค่าเฉลี่ย 2.62) ไม่มีความเร็วในการจัดส่งผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย

2.18) ไม่ค่อยมีความสะดวกในการติดต่อสั่งซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 2.00) พนักงานที่จัดส่งสินค้ามีจำนวนไม่เพียงพอในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 1.98) และความไม่สะดวกในการติดต่อประสานงานกับฝ่ายขาย/บริษัท (ค่าเฉลี่ย 1.82)

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของลูกค้าตามระดับความรุนแรงของปัญหา  
ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามทุนจดทะเบียน  
ของกิจการที่ผู้ตอบแบบสอบถามทำงานอยู่

| ด้านการส่งเสริม<br>การตลาด  | ทุนจดทะเบียนของกิจการ    |              |                       |              |                       |              |                       |              |
|---|--------------------------|--------------|-----------------------|--------------|-----------------------|--------------|-----------------------|--------------|
|   | ไม่เกิน 5 ล้านบาท        |              | 5 – 10 ล้านบาท        |              | 11 – 15 ล้านบาท       |              | 16 ล้านบาทขึ้นไป      |              |
|   | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล       | SD.<br>ลำดับ | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล    | SD.<br>ลำดับ | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล    | SD.<br>ลำดับ | ค่าเฉลี่ย<br>แปลผล    | SD.<br>ลำดับ |
| ไม่ค่อยมีการโฆษณาให้<br>ข้อมูลเกี่ยวกับ<br>ผลิตภัณฑ์ในสื่อวารสาร<br>ทางด้านสิ่งทออย่าง<br>เหมาะสม | 2.75<br>(ปาน<br>กลาง)    | 0.46<br>(1)  | 2.69<br>(ปาน<br>กลาง) | 0.48<br>(1)  | 2.64<br>(ปาน<br>กลาง) | 0.67<br>(2)  | 2.40<br>(น้อย)        | 0.96<br>(2)  |
| พนักงานขาย ไม่เอาใจ<br>ใส่ติดตามงาน   | 2.38<br>(น้อย)           | 0.74<br>(4)  | 1.94<br>(น้อย)        | 0.68<br>(4)  | 1.64<br>(น้อย)        | 0.67<br>(4)  | 1.67<br>(น้อย)        | 0.74<br>(4)  |
| ความรู้/ ความสามารถ<br>ของพนักงานขาย<br>เกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์มี<br>น้อย                           | 2.75<br>(ปาน<br>กลาง)    | 0.89<br>(3)  | 2.06<br>(น้อย)        | 0.68<br>(3)  | 2.09<br>(น้อย)        | 0.70<br>(3)  | 1.67<br>(น้อย)        | 0.64<br>(3)  |
| ไม่มีความหลากหลาย<br>ของหลักสูตรที่จัด<br>อบรมแก่ลูกค้า   | 2.75<br>(ปาน<br>กลาง)    | 0.46<br>(1)  | 2.63<br>(ปาน<br>กลาง) | 0.50<br>(2)  | 2.82<br>(ปาน<br>กลาง) | 0.87<br>(1)  | 2.51<br>(ปาน<br>กลาง) | 0.94<br>(1)  |
| <b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>   | <b>2.66</b><br>(ปานกลาง) |              | <b>2.33</b><br>(น้อย) |              | <b>2.30</b><br>(น้อย) |              | <b>2.06</b><br>(น้อย) |              |

จากตารางที่ 37 เมื่อพิจารณาปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามทุนจดทะเบียนของกิจการที่ผู้ตอบแบบสอบถามทำงานอยู่

ทุนไม่เกิน 5 ล้านบาทให้ความรุนแรงของปัญหามีค่าเฉลี่ยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.66) โดยมีปัจจัยย่อยที่ลูกค้าให้ความรุนแรงมีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ ดังนี้ ไม่ค่อยมีการโฆษณาให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในสื่อวารสารทางด้านสิ่งทออย่างเหมาะสม และไม่มีความหลากหลายของหลักสูตรที่จัดอบรมแก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.75) ความรู้/ ความสามารถของพนักงาน

ขายเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์มีน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.75) และพนักงานขาย ไม่เอาใจใส่ติดตามงาน (ค่าเฉลี่ย 2.38)

ทวน 5 – 10 ด้านบาทให้ความรุนแรงของปัญหามีค่าเฉลี่ยรวมในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.33) โดยมีปัจจัยย่อยที่ถูกค่าให้ความรุนแรงมีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ ดังนี้ ไม่ค่อยมีการโฆษณาให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในสื่อวารสารทางด้านสิ่งทออย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 2.69) ไม่มีความหลากหลายของหลักสูตรที่จัดอบรมแก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.63) ความรู้/ ความสามารถของพนักงานขายเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์มีน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.06) และพนักงานขาย ไม่เอาใจใส่ติดตามงาน (ค่าเฉลี่ย 1.94)

ทวน 11 – 15 ด้านบาทให้ความรุนแรงของปัญหามีค่าเฉลี่ยรวมในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.30) โดยมีปัจจัยย่อยที่ถูกค่าให้ความรุนแรงมีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ ดังนี้ ไม่มีความหลากหลายของหลักสูตรที่จัดอบรมแก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.82) ไม่ค่อยมีการโฆษณาให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในสื่อวารสารทางด้านสิ่งทออย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 2.64) ความรู้/ ความสามารถของพนักงานขายเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์มีน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.09) และพนักงานขาย ไม่เอาใจใส่ติดตามงาน (ค่าเฉลี่ย 1.64)

ทวน 16 ด้านบาทขึ้นไปให้ความรุนแรงของปัญหามีค่าเฉลี่ยรวมในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.06) โดยมีปัจจัยย่อยที่ถูกค่าให้ความรุนแรงมีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ ดังนี้ ไม่มีความหลากหลายของหลักสูตรที่จัดอบรมแก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.51) ไม่ค่อยมีการโฆษณาให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในสื่อวารสารทางด้านสิ่งทออย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 2.40) ความรู้/ ความสามารถของพนักงานขายเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์มีน้อย (ค่าเฉลี่ย 1.67) และพนักงานขาย ไม่เอาใจใส่ติดตามงาน (ค่าเฉลี่ย 1.67)

### ส่วนที่ 6 ปัญหาอื่นๆ ที่พบ และข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ตารางที่ 38 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ระบุปัญหาอื่นๆ ที่พบ

| ปัญหาอื่นๆ ที่พบ  | จำนวน | ร้อยละ |
|---|-------|--------|
| <b>ด้านผลิตภัณฑ์</b><br>- เรื่องคุณภาพของสินค้ามีปัญหา ในกรณีสินค้าต่าง Lot Number กัน จำนวน 1 ราย<br>- เรื่องฉลากไม่ตรงกับชื่อสินค้า จำนวน 1 ราย | 2     | 22.20  |
| <b>ด้านราคา</b><br>- เรื่องราคาของผลิตภัณฑ์ค่อนข้างสูงเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง จำนวน 4 ราย  | 4     | 44.40  |
| <b>ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</b><br>- เรื่องสินค้าขาดสต็อกมีไม่เพียงพอต่อการจัดจำหน่ายเสมอ จำนวน 2 ราย   | 2     | 22.20  |
| <b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b><br>- เรื่องความล่าช้าในการตัดสินใจลดราคาสินค้า กรณีที่ลูกค้าต่อรองราคา จำนวน 1 ราย                                  | 1     | 11.10  |

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีปัญหาอื่นๆ ที่พบ จำนวน 9 ราย

จากตารางที่ 38 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาเรียงตามลำดับ ดังนี้ ด้านราคาเป็นอันดับ 1 ร้อยละ 44.40 รองลงมา ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ร้อยละ 22.20 ส่วนทางด้านส่งเสริมการตลาดร้อยละ 11.10

ตารางที่ 39 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ระบุข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

| ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม  | จำนวน | ร้อยละ |
|--|-------|--------|
| <b>ด้านผลิตภัณฑ์</b><br>- ควรทบทวนเกี่ยวกับการบรรจุสินค้า ไม่ให้มีปัญหาเรื่องฉลาก ไม่ตรงกับชื่อสินค้า จำนวน 1 ราย  | 1     | 20.00  |
| <b>ด้านราคา</b><br>- ควรพิจารณาเรื่องปรับลดราคาของสินค้าให้ใกล้เคียงกับคู่แข่ง จำนวน 2 ราย   | 2     | 40.00  |
| <b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b><br>- ควรอบรมให้พนักงานขายมีประสบการณ์ในเรื่องเทคนิคการพอกซ่อม จำนวน 1 ราย<br>- พนักงานขายควรเพิ่มการบริการที่ดี และให้คำแนะนำปรึกษาทางด้านเทคนิคที่ดีกับลูกค้าให้มากขึ้น จำนวน 1 ราย | 2     | 40.00  |

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีข้อเสนอแนะเพิ่มเติม จำนวน 5 ราย

จากตารางที่ 39 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเรียงตามลำดับ ดังนี้ ด้านราคาและด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นอันดับ 1 ร้อยละ 40.00 รองลงมา ด้านผลิตภัณฑ์ ร้อยละ 20.00