

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษานี้ เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์ของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน ทั้งหมดที่ยังคงเปิดดำเนินการอยู่ และมีการใช้งานซอฟต์แวร์สำหรับองค์กร จำนวน 58 บริษัท จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลและแปลผล โดยแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 7 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งในองค์กร (ตารางที่ 4.1 - ตารางที่ 4.4)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปขององค์กร ประกอบด้วย ประเภทธุรกิจ ระยะเวลาที่เปิดดำเนินการ เงินทุนจดทะเบียน ลักษณะการเป็นบริษัทแม่กับบริษัทสาขา จำนวนพนักงานในบริษัท (ตารางที่ 4.5 - ตารางที่ 4.10)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลการใช้ระบบสารสนเทศขององค์กร ประกอบด้วย จำนวนคอมพิวเตอร์ จำนวนพนักงานฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ งบประมาณในการลงทุนด้านซอฟต์แวร์ ประเภทซอฟต์แวร์สำหรับองค์กรที่ใช้ วิธีการได้มาซึ่งซอฟต์แวร์ ผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์ (ตารางที่ 4.11 - ตารางที่ 4.16)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์ของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ (ตารางที่ 4.17 - ตารางที่ 4.32)

ส่วนที่ 5 ปัญหาที่พบจากการใช้ซอฟต์แวร์และบริการของผู้ให้บริการซอฟต์แวร์ของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน ประกอบด้วย ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ (ตารางที่ 4.33 - ตารางที่ 4.46)

ส่วนที่ 6 ผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์ จำแนกตามลักษณะการเป็นบริษัทแม่กับบริษัทสาขา และงบประมาณในการลงทุนด้านซอฟต์แวร์ (ตารางที่ 4.47 - ตารางที่ 4.94)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	46	79.31
หญิง	12	20.69
รวม	58	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 79.31 และเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 20.69

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
21 - 30 ปี	14	24.14
31 - 40 ปี	36	62.07
41 - 50 ปี	8	13.79
รวม	58	100.00

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 62.07 และอายุระหว่าง 21 - 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.14

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	37	63.79
ปริญญาโท	21	36.21
รวม	58	100.00

จากตารางที่ 4.3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 63.79 และการศึกษาในระดับปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 36.21

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามตำแหน่งในองค์กร

ตำแหน่ง	จำนวน	ร้อยละ
ผู้จัดการแผนกเทคโนโลยีสารสนเทศ	20	34.48
เจ้าหน้าที่แผนกเทคโนโลยีสารสนเทศ	19	32.76
ผู้จัดการแผนกบัญชี-การเงิน	4	6.90
ผู้จัดการทั่วไป	6	10.34
ผู้จัดการแผนกจัดซื้อ	3	5.17
ผู้จัดการแผนกบุคคล	3	5.17
ผู้จัดการแผนกวางแผนการผลิต	2	3.45
ผู้จัดการแผนกความปลอดภัยและระบบ	1	1.72
รวม	40	100.00

จากตารางที่ 4.4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีตำแหน่งในองค์กรในระดับผู้จัดการแผนกเทคโนโลยีสารสนเทศ คิดเป็นร้อยละ 34.48 และตำแหน่งเจ้าหน้าที่แผนกเทคโนโลยีสารสนเทศ คิดเป็นร้อยละ 32.76

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปขององค์กร

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของบริษัทจำแนกตามประเภทธุรกิจ

ประเภทธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์	22	37.93
อุตสาหกรรมชิ้นส่วนและอุปกรณ์	12	20.69
อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม	7	12.07
อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ	6	10.34
อุตสาหกรรมการเกษตร	2	3.45
อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	2	3.45
อุตสาหกรรมยาและเครื่องสำอางค์	2	3.45
อุตสาหกรรมพลาสติก	2	3.45
อุตสาหกรรมแปรรูปไม้	1	1.72
อุตสาหกรรมเครื่องหนัง	1	1.72
คลังสินค้าและตัวแทนส่งของ	1	1.72
รวม	58	100.00

จากตารางที่ 4.5 พบว่าบริษัทส่วนใหญ่อยู่ในธุรกิจอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ คิดเป็นร้อยละ 37.93 อุตสาหกรรมชิ้นส่วนและอุปกรณ์ คิดเป็นร้อยละ 20.69 อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม คิดเป็นร้อยละ 12.07 และอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ คิดเป็นร้อยละ 10.34

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของบริษัทจำแนกตามระยะเวลาที่เปิดดำเนินการ

ระยะเวลาที่เปิดดำเนินการ	จำนวน	ร้อยละ
1 - 5 ปี	4	6.90
6 - 10 ปี	6	10.34
11 - 15 ปี	27	46.55
16 - 20 ปี	19	32.76
มากกว่า 20 ปี	2	3.45
รวม	58	100.00

จากตารางที่ 4.6 พบว่าบริษัทส่วนใหญ่เปิดดำเนินการเป็นระยะเวลาระหว่าง 11 - 15 ปี คิดเป็นร้อยละ 46.55 และระยะเวลาที่เปิดดำเนินการอยู่ระหว่าง 16 - 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.76

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของบริษัทจำแนกตามเงินทุนจดทะเบียน

เงินทุนจดทะเบียน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 10 ล้านบาท	9	15.52
10 - 50 ล้านบาท	17	29.31
51 - 100 ล้านบาท	11	18.97
101 - 150 ล้านบาท	6	10.34
151 - 200 ล้านบาท	8	13.79
มากกว่า 200 ล้านบาท	7	12.07
รวม	58	100.00

จากตารางที่ 4.7 พบว่าบริษัทส่วนใหญ่มีทุนจดทะเบียนอยู่ระหว่าง 10 - 50 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 29.31 และเงินทุนจดทะเบียนอยู่ระหว่าง 51 - 100 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 18.97

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของบริษัทจำแนกตามลักษณะการเป็นบริษัทแม่กับบริษัทสาขา

ลักษณะการเป็นบริษัทแม่กับบริษัทสาขา	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เป็นลักษณะบริษัทแม่กับบริษัทสาขา	23	39.66
เป็นลักษณะบริษัทแม่กับบริษัทสาขา	35	60.34
รวม	58	100.00

จากตารางที่ 4.8 พบว่าบริษัทส่วนใหญ่เป็นลักษณะบริษัทแม่กับบริษัทสาขา คิดเป็นร้อยละ 60.34 และไม่เป็นลักษณะบริษัทแม่กับบริษัทสาขา คิดเป็นร้อยละ 39.66

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของบริษัทสาขาจำแนกตามประเทศของบริษัทแม่

ประเทศของบริษัทแม่	จำนวน	ร้อยละ
ญี่ปุ่น	22	62.86
สหรัฐอเมริกา	4	11.43
สวีตเซอร์แลนด์	3	8.57
เกาหลี	2	5.71
ไต้หวัน	1	2.86
ฝรั่งเศส	1	2.86
ฮอลแลนด์	1	2.86
อิสราเอล	1	2.86
รวม	35	100.00

จากตารางที่ 4.9 พบว่าบริษัทสาขาส่วนใหญ่มีบริษัทแม่ตั้งอยู่ในประเทศญี่ปุ่น คิดเป็นร้อยละ 62.86

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของบริษัทจำแนกตามจำนวนพนักงานในบริษัท

จำนวนพนักงานในบริษัท	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1,000 คน	33	56.90
1,001 - 2,000 คน	17	29.31
2,001 - 3,000 คน	2	3.45
3,001 - 4,000 คน	4	6.90
4,001 - 5,000 คน	1	1.72
มากกว่า 5,000 คน	1	1.72
รวม	58	100.00

จากตารางที่ 4.10 พบว่าบริษัทส่วนใหญ่มีจำนวนพนักงานน้อยกว่า 1,000 คน คิดเป็นร้อยละ 56.90 และมีจำนวนพนักงานอยู่ระหว่าง 1,001 - 2,000 คน คิดเป็นร้อยละ 29.31

ส่วนที่ 3 ข้อมูลการใช้ระบบสารสนเทศขององค์กร

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของบริษัทจำแนกตามจำนวนคอมพิวเตอร์ทั้งหมดในองค์กร

จำนวนคอมพิวเตอร์	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 100 เครื่อง	37	63.79
100 - 200 เครื่อง	12	20.69
201 - 300 เครื่อง	3	5.17
301 - 400 เครื่อง	1	1.72
401 - 500 เครื่อง	2	3.45
มากกว่า 500 เครื่อง	3	5.17
รวม	58	100.00

จากตารางที่ 4.11 พบว่าบริษัทส่วนใหญ่มีจำนวนคอมพิวเตอร์น้อยกว่า 100 เครื่อง คิดเป็นร้อยละ 63.79 และมีจำนวนคอมพิวเตอร์อยู่ระหว่าง 100 - 200 เครื่อง คิดเป็นร้อยละ 20.69

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของบริษัทจำแนกตามจำนวนพนักงานฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศขององค์กร

จำนวนพนักงานฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีพนักงานฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ	15	25.86
1 - 5 คน	28	48.28
6 - 10 คน	7	12.07
11 - 15 คน	4	6.90
16 - 20 คน	3	5.17
มากกว่า 20 คน	1	1.72
รวม	58	100.00

จากตารางที่ 4.12 พบว่าบริษัทส่วนใหญ่มีจำนวนพนักงานฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ 1 - 5 คน คิดเป็นร้อยละ 48.28 และไม่มีพนักงานฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ คิดเป็นร้อยละ 25.86

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวนและร้อยละของบริษัทจำแนกตามงบประมาณในการลงทุนด้านซอฟต์แวร์ขององค์กร

งบประมาณในการลงทุนด้านซอฟต์แวร์	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 200,000 บาท	29	50.00
200,000 - 400,000 บาท	12	20.69
400,001 - 600,000 บาท	7	12.07
600,001 - 800,000 บาท	3	5.17
800,001 - 1,000,000 บาท	3	5.17
มากกว่า 1,000,000 บาท	4	6.90
รวม	58	100.00

จากตารางที่ 4.13 พบว่าบริษัทส่วนใหญ่มีงบประมาณในการลงทุนด้านซอฟต์แวร์น้อยกว่า 200,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 50.00 และมีงบประมาณในการลงทุนด้านซอฟต์แวร์อยู่ระหว่าง 200,000 - 400,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.69

ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวนและร้อยละของบริษัทจำแนกตามประเภทซอฟต์แวร์สำหรับองค์กรที่ใช้

ประเภทซอฟต์แวร์สำหรับองค์กรที่ใช้	จำนวน	ร้อยละ
ซอฟต์แวร์ด้านบัญชี-การเงิน	58	100.00
ซอฟต์แวร์ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์	53	91.38
ซอฟต์แวร์ด้านการบริหารการผลิต	41	70.69
ซอฟต์แวร์ด้านการขาย	15	25.86
ซอฟต์แวร์ด้านวางแผนทรัพยากรของธุรกิจโดยรวม	14	24.14
ซอฟต์แวร์ด้านการบริหารลูกค้าสัมพันธ์	3	5.17
ซอฟต์แวร์อื่นๆ	3	5.17

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ, n=58

จากตารางที่ 4.14 พบว่าบริษัทส่วนใหญ่มีการใช้ซอฟต์แวร์ด้านบัญชี-การเงิน คิดเป็นร้อยละ 100.00 ซอฟต์แวร์ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คิดเป็นร้อยละ 91.38 และซอฟต์แวร์ด้านการบริหารการผลิต คิดเป็นร้อยละ 70.69

ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวนและร้อยละของบริษัทจำแนกตามวิธีการได้มาซึ่งซอฟต์แวร์ขององค์กร

วิธีการได้มาซึ่งซอฟต์แวร์ขององค์กร	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อซอฟต์แวร์สำเร็จรูปมาแล้วประยุกต์ใช้งานเองหรือให้ผู้ให้บริการซอฟต์แวร์ประยุกต์ให้ใช้งาน	57	98.28
จ้างผู้ให้บริการซอฟต์แวร์ผลิตซอฟต์แวร์เฉพาะขึ้นมาใหม่	39	67.24
พัฒนาซอฟต์แวร์ขึ้นมาเอง	32	55.17
ใช้ซอฟต์แวร์จากบริษัทแม่ หรือบริษัทแม่เป็นผู้กำหนดรายชื่อซอฟต์แวร์ให้ซื้อใช้	11	18.97

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ, n=58

จากตารางที่ 4.15 พบว่าบริษัทส่วนใหญ่มีการซื้อซอฟต์แวร์สำเร็จรูปมาแล้วประยุกต์ใช้งานเองหรือให้ผู้ให้บริการซอฟต์แวร์ประยุกต์ให้ใช้งาน คิดเป็นร้อยละ 98.28 จ้างผู้ให้บริการซอฟต์แวร์ผลิตซอฟต์แวร์เฉพาะขึ้นมาใหม่ คิดเป็นร้อยละ 67.24 และพัฒนาซอฟต์แวร์ขึ้นมาเอง คิดเป็นร้อยละ 55.17

ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวนและร้อยละของบริษัทจำแนกตามผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์

ผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์	จำนวน	ร้อยละ
ผู้จัดการทั่วไป	24	41.38
ผู้จัดการแผนกเทคโนโลยีสารสนเทศ	22	37.93
กรรมการผู้จัดการ	10	17.24
ทุกแผนกที่เกี่ยวข้อง	2	3.45
รวม	58	100.00

จากตารางที่ 4.16 พบว่าผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์ส่วนใหญ่เป็นผู้จัดการทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 41.38 และผู้จัดการแผนกเทคโนโลยีสารสนเทศ คิดเป็นร้อยละ 37.93

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์ของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน

ส่วนที่ 4.1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์สำเร็จรูปของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน

ตารางที่ 4.17 แสดงคะแนนรวม และอันดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์สำเร็จรูปของผู้ตอบแบบสอบถาม (n = 57)

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	คะแนนรวม	อันดับ
ด้านผลิตภัณฑ์	59	1
ด้านราคา	138	2
ด้านกระบวนการ	193	3
ด้านบุคคล	226	4
ด้านการส่งเสริมการตลาด	318	5
ด้านการจัดจำหน่าย	323	6
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	339	7

จากตารางที่ 4.17 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์สำเร็จรูป เรียงตามลำดับดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านกระบวนการ ด้านบุคคล ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ตารางที่ 4.18 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์สำเร็จรูปของผู้ตอบแบบสอบถาม (n = 57)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	จำนวน และร้อยละ					ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
ซอฟต์แวร์มีฟังก์ชันตรงตามความต้องการ	42 73.68%	13 22.81%	2 3.51%	0 0.00%	0 0.00%	4.70 มากที่สุด	1
ซอฟต์แวร์ไม่มีความผิดพลาด (bug) ในการทำงาน	36 63.16%	19 33.33%	2 3.51%	0 0.00%	0 0.00%	4.60 มากที่สุด	2
ซอฟต์แวร์มีความยืดหยุ่นสามารถปรับเปลี่ยนให้เข้ากับการทำงานได้ง่าย	28 49.12%	27 47.37%	2 3.51%	0 0.00%	0 0.00%	4.46 มาก	3
ซอฟต์แวร์สามารถเชื่อมเข้ากับระบบเดิมที่มีอยู่ได้	25 43.86%	23 40.35%	9 15.79%	0 0.00%	0 0.00%	4.28 มาก	4
ผู้ให้บริการมีการให้บริการหลังการขาย	19 33.33%	30 52.63%	4 7.02%	4 7.02%	0 0.00%	4.12 มาก	5
ซอฟต์แวร์สามารถใช้งานได้ง่าย	15 26.32%	34 59.65%	7 12.28%	1 1.75%	0 0.00%	4.11 มาก	6
ผู้ให้บริการมีประสบการณ์	12 21.05%	39 68.42%	5 8.77%	1 1.75%	0 0.00%	4.09 มาก	7
ผู้ให้บริการมีการรับประกัน	22 38.60%	20 35.09%	9 15.79%	6 10.53%	0 0.00%	4.02 มาก	8

ตารางที่ 4.18 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์สำเร็จรูปของผู้ตอบแบบสอบถาม (n = 57) (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	จำนวน และร้อยละ					ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
ผู้ให้บริการมีคู่มือการใช้งานที่ละเอียดครบถ้วนให้	13 22.81%	22 38.60%	20 35.09%	2 3.51%	0 0.00%	3.81 มาก	9
ซอฟต์แวร์สามารถอัปเดตได้	12 21.05%	22 38.60%	22 38.60%	1 1.75%	0 0.00%	3.79 มาก	10
ผู้ให้บริการมีชื่อเสียงเฉพาะด้านซอฟต์แวร์ที่ใช้	3 5.26%	40 70.18%	11 19.30%	3 5.26%	0 0.00%	3.75 มาก	11
ผู้ให้บริการมีการให้บริการฝึกอบรม	11 19.30%	24 42.11%	9 31.58%	6 7.02%	0 0.00%	3.74 มาก	12
ซอฟต์แวร์มีชื่อเสียง	2 3.51%	38 66.67%	13 22.81%	3 5.26%	1 1.75%	3.65 มาก	13
มีรายชื่อลูกค้าอ้างอิง	0 0.00%	23 40.35%	29 50.88%	3 5.26%	2 3.51%	3.28 ปานกลาง	14

จากตารางที่ 4.18 พบว่าปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์สำเร็จรูป ส่วนใหญ่มีความสำคัญในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเกี่ยวกับ ซอฟต์แวร์มีฟังก์ชันตรงตามความต้องการ และซอฟต์แวร์ไม่มีความผิดพลาด (bug) ในการทำงาน ที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด และปัจจัยย่อยเกี่ยวกับการ มีรายชื่อลูกค้าอ้างอิง ที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.19 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการด้านราคา ที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์สำเร็จรูปของผู้ตอบแบบสอบถาม (n = 57)

ปัจจัยด้านราคา	จำนวน และร้อยละ					ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
ราคาอยู่ในงบประมาณ	30 52.63%	16 28.07%	10 17.54%	0 0.00%	1 1.75%	4.30 มาก	1
ซอฟต์แวร์มีราคาเหมาะสมกับ ความสามารถของซอฟต์แวร์ ไม่ถูกไม่แพงเกินไป	15 26.32%	25 43.86%	17 29.82%	0 0.00%	0 0.00%	3.96 มาก	2
สามารถต่อรองราคาได้	7 12.28%	18 31.58%	28 49.12%	4 7.02%	0 0.00%	3.49 ปานกลาง	3
มีการให้ระยะเวลาสินเชื่อ(ให้ เครดิต)	6 10.53%	22 38.60%	22 38.60%	6 10.53%	1 1.75%	3.46 ปานกลาง	4
ซอฟต์แวร์มีราคาถูกกว่ายี่ห้อ อื่น	5 8.77%	18 31.58%	31 54.39%	1 1.75%	2 3.51%	3.40 ปานกลาง	5
มีการให้ส่วนลดปริมาณจาก การซื้อในปริมาณมาก	4 7.02%	19 33.33%	30 52.63%	4 7.02%	0 0.00%	3.40 ปานกลาง	5
บริการหลังการขายมีราคาถูก กว่าผู้ให้บริการรายอื่น	2 3.51%	13 22.81%	39 68.42%	3 5.26%	0 0.00%	3.25 ปานกลาง	6

จากตารางที่ 4.19 พบว่าปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์สำเร็จรูป ส่วนใหญ่มีความสำคัญในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยย่อยเกี่ยวกับ ราคาอยู่ในงบประมาณ และซอฟต์แวร์มีราคาเหมาะสมกับความสามารถของซอฟต์แวร์ไม่ถูกไม่แพงเกินไป ที่มีความสำคัญในระดับมาก

ตารางที่ 4.20 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์สำเร็จรูปของผู้ตอบแบบสอบถาม (n = 57)

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	จำนวน และร้อยละ					ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
สถานประกอบการของผู้ให้บริการตั้งอยู่ในพื้นที่หรือใกล้เคียงกับธุรกิจ	2 3.51%	26 45.61%	16 28.07%	10 17.54%	3 5.26%	3.25 ปานกลาง	1
ผู้ให้บริการมีสาขาจำนวนมาก สะดวกต่อการให้บริการ	1 1.75%	28 49.12%	12 21.05%	15 26.32%	1 1.75%	3.23 ปานกลาง	2
มีการขายซอฟต์แวร์ผ่านเว็บไซต์	2 3.51%	7 12.28%	18 31.58%	18 31.58%	12 21.05%	2.46 น้อย	3

จากตารางที่ 4.20 พบว่าปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์สำเร็จรูป ส่วนใหญ่มีความสำคัญในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยย่อยเกี่ยวกับการ มีการขายซอฟต์แวร์ผ่านเว็บไซต์ ที่มีความสำคัญในระดับน้อย

ตารางที่ 4.21 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์สำเร็จรูปของผู้ตอบแบบสอบถาม (n = 57)

ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	จำนวน และร้อยละ					ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
มีซอฟต์แวร์ตัวอย่างให้ทดลอง	16 28.07%	21 36.84%	19 33.33%	1 1.75%	0 0.00%	3.91 มาก	1
พนักงานขายมีอรรถยาศีดี	14 24.56%	9 15.79%	34 59.65%	0 0.00%	0 0.00%	3.65 มาก	2
คำแนะนำเกี่ยวกับซอฟต์แวร์ จากผู้อื่นที่เคยใช้บริการ	7 12.28%	22 38.60%	25 43.86%	3 5.26%	0 0.00%	3.58 มาก	3
คำแนะนำเกี่ยวกับผู้ให้บริการ จากผู้อื่นที่เคยใช้บริการ	6 10.53%	21 36.84%	26 45.61%	4 7.02%	0 0.00%	3.51 มาก	4
ผู้ให้บริการมีเว็บไซต์ของ ตัวเองเพื่อนำเสนอข้อมูลของ ซอฟต์แวร์	4 7.02%	21 36.84%	26 45.61%	6 10.53%	0 0.00%	3.40 ปานกลาง	5
มีการนำเสนอซอฟต์แวร์ผ่าน งานแสดงสินค้าหรืองาน สัมมนา	1 1.75%	24 42.11%	16 28.07%	14 24.56%	2 3.51%	3.14 ปานกลาง	6
ผู้ให้บริการมีการแจ้งข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ ผ่านทางจดหมายอีเมลล์	2 3.51%	14 24.56%	27 47.37%	14 24.56%	0 0.00%	3.07 ปานกลาง	7
มีการโฆษณาซอฟต์แวร์ตาม เว็บไซต์สาธารณะ	2 3.51%	5 8.77%	35 61.40%	15 26.32%	0 0.00%	2.89 ปานกลาง	8
มีการโฆษณาซอฟต์แวร์ตาม นิตยสารไอที	1 1.75%	9 15.79%	31 54.39%	14 24.56%	2 3.51%	2.88 ปานกลาง	9
มีการลงบทความเกี่ยวกับ ซอฟต์แวร์ในนิตยสารไอที	1 1.75%	9 15.79%	26 45.61%	19 33.33%	2 3.51%	2.79 ปานกลาง	10

จากตารางที่ 4.21 พบว่าปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์สำเร็จรูป ส่วนใหญ่มีความสำคัญในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยย่อยเกี่ยวกับการ มีซอฟต์แวร์ตัวอย่างให้ทดลอง พนักงานขายมีทัศนคติ คำแนะนำเกี่ยวกับซอฟต์แวร์จากผู้อื่นที่เคยใช้บริการ และคำแนะนำเกี่ยวกับผู้ให้บริการจากผู้อื่นที่เคยใช้บริการ ที่มีความสำคัญในระดับมาก

ตารางที่ 4.22 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านบุคคล ที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์สำเร็จรูปของผู้ตอบแบบสอบถาม (n = 57)

ปัจจัยด้านบุคคล	จำนวน และร้อยละ					ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
พนักงานสามารถแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้	39 68.42%	15 26.32%	3 5.26%	0 0.00%	0 0.00%	4.63 มากที่สุด	1
พนักงานมีความรู้ความสามารถและความชำนาญในลักษณะซอฟต์แวร์ที่ใช้	26 45.61%	23 40.35%	8 14.04%	0 0.00%	0 0.00%	4.32 มาก	2
พนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ	30 52.63%	18 31.58%	9 15.79%	0 0.00%	0 0.00%	4.37 มาก	2
พนักงานให้บริการหลังการขายรวดเร็ว	25 43.86%	25 43.86%	6 10.53%	1 1.75%	0 0.00%	4.30 มาก	3
พนักงานมีกิริยามารยาทและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	15 26.32%	24 42.11%	18 31.58%	0 0.00%	0 0.00%	3.95 มาก	4
พนักงานให้บริการติดตั้งรวดเร็ว	5 8.77%	39 68.42%	10 17.54%	3 5.26%	0 0.00%	3.81 มาก	5

จากตารางที่ 4.22 พบว่าปัจจัยย่อยด้านบุคคลที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์สำเร็จรูป ส่วนใหญ่มีความสำคัญในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเกี่ยวกับการที่ พนักงานสามารถแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้ ที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด

ตารางที่ 4.23 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์สำเร็จรูปของผู้ตอบแบบสอบถาม (n = 57)

ปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ	จำนวน และร้อยละ					ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
พนักงานมีอุปกรณ์นำเสนอที่ทันสมัย	2 3.51%	18 31.58%	33 57.89%	4 7.02%	0 0.00%	3.32 ปานกลาง	1
พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย	2 3.51%	15 26.32%	36 63.16%	4 7.02%	0 0.00%	3.26 ปานกลาง	2
สำนักงานมีขนาดใหญ่ดูมั่นคง	2 3.51%	19 33.33%	28 49.12%	8 14.04%	0 0.00%	3.26 ปานกลาง	2
มีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัยได้มาตรฐาน	2 3.51%	23 40.35%	20 35.09%	12 21.05%	0 0.00%	3.26 ปานกลาง	2
บรรยากาศในสำนักงานมีการตกแต่งสวยงามเป็นระเบียบ	2 3.51%	8 14.04%	30 52.63%	15 26.32%	2 3.51%	2.88 ปานกลาง	3

จากตารางที่ 4.23 พบว่าปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์สำเร็จรูป ทุกปัจจัยมีความสำคัญในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.24 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านกระบวนการ ที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์สำเร็จรูปของผู้ตอบแบบสอบถาม (n = 57)

ปัจจัยด้านกระบวนการ	จำนวน และร้อยละ					ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
เก็บรักษาข้อมูลความลับของลูกค้าน่าเป็นอย่างดี	42 73.68%	13 22.81%	2 3.51%	0 0.00%	0 0.00%	4.70 มากที่สุด	1
ความรวดเร็วในการให้บริการต่างๆเช่นการแก้ไขปัญหา	32 56.14%	21 36.84%	4 7.02%	0 0.00%	0 0.00%	4.49 มาก	2
ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อกับผู้ให้บริการ	23 40.35%	29 50.88%	5 8.77%	0 0.00%	0 0.00%	4.32 มาก	3
ความรวดเร็วในการประยุกต์ซอฟต์แวร์ให้มีความเหมาะสม	21 36.84%	32 56.14%	4 7.02%	0 0.00%	0 0.00%	4.30 มาก	4
มีการติดตามผลการใช้งานซอฟต์แวร์	15 26.32%	27 47.37%	15 26.32%	0 0.00%	0 0.00%	4.00 มาก	5

จากตารางที่ 4.24 พบว่าปัจจัยย่อยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์สำเร็จรูป ส่วนใหญ่มีความสำคัญในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเกี่ยวกับการ เก็บรักษาข้อมูลความลับของลูกค้าน่าเป็นอย่างดี ที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด

ส่วนที่ 4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์จ้างผลิตเฉพาะของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน

ตารางที่ 4.25 แสดงคะแนนรวม และอันดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์จ้างผลิตเฉพาะของผู้ตอบแบบสอบถาม (n = 39)

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	คะแนนรวม	อันดับ
ด้านผลิตภัณฑ์	74	1
ด้านกระบวนการ	104	2
ด้านบุคคล	118	3
ด้านราคา	122	4
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	196	5
ด้านการจัดจำหน่าย	223	6
ด้านการส่งเสริมการตลาด	255	7

จากตารางที่ 4.25 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์จ้างผลิตเฉพาะ เรียงตามลำดับ ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการ ด้านบุคคล ด้านราคา ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

ตารางที่ 4.26 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์จ้างผลิตเฉพาะของผู้ตอบแบบสอบถาม (n = 39)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	จำนวน และร้อยละ					ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
ซอฟต์แวร์สามารถเชื่อมเข้ากับระบบเดิมที่มีอยู่ได้	27 69.23%	10 25.64%	2 5.13%	0 0.00%	0 0.00%	4.64 มากที่สุด	1
ซอฟต์แวร์ไม่มีความผิดพลาด (bug) ในการทำงาน	27 69.23%	9 23.08%	3 7.69%	0 0.00%	0 0.00%	4.62 มากที่สุด	2
ผู้ให้บริการมีการให้บริการหลังการขาย	24 61.54%	13 33.33%	2 5.13%	0 0.00%	0 0.00%	4.56 มากที่สุด	3
ผู้ให้บริการมีประสบการณ์	21 53.85%	18 46.15%	0 0.00%	0 0.00%	0 0.00%	4.54 มากที่สุด	4
ผู้ให้บริการมีการรับประกัน	14 35.90%	22 56.41%	3 7.69%	0 0.00%	0 0.00%	4.28 มาก	5
ซอฟต์แวร์สามารถใช้งานได้ง่าย	9 23.08%	28 71.79%	2 5.13%	0 0.00%	0 0.00%	4.18 มาก	6
ผู้ให้บริการมีคู่มือการใช้งานที่ละเอียดครบถ้วนให้	9 23.08%	24 61.54%	4 10.26%	2 5.13%	0 0.00%	4.03 มาก	7
ผู้ให้บริการมีชื่อเสียงเฉพาะด้านซอฟต์แวร์ที่ใช้	4 10.26%	29 74.36%	6 15.38%	0 0.00%	0 0.00%	3.95 มาก	8
ผู้ให้บริการมีการให้บริการฝึกอบรม	13 33.33%	11 28.21%	15 38.46%	0 0.00%	0 0.00%	3.95 มาก	8
ซอฟต์แวร์สามารถอัพเกรดได้	7 17.95%	17 43.59%	15 38.46%	0 0.00%	0 0.00%	3.79 มาก	9
มีรายชื่อลูกค้าอ้างอิง	2 5.13%	27 69.23%	9 23.08%	1 2.56%	0 0.00%	3.77 มาก	10

จากตารางที่ 4.26 พบว่าปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์
 ใช้งานพิเศษเฉพาะ ส่วนใหญ่มีความสำคัญในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเกี่ยวกับการที่ ซอฟต์แวร์
 สามารถเชื่อมเข้ากับระบบเดิมที่มีอยู่ได้ ซอฟต์แวร์ไม่มีความผิดพลาด (bug) ในการทำงาน ผู้
 ให้บริการมีการให้บริการหลังการขาย และผู้ให้บริการมีประสบการณ์ ที่มีความสำคัญในระดับมาก
 ที่สุด

ตารางที่ 4.27 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด
 บริการ ด้านราคา ที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์ใช้งานพิเศษเฉพาะของผู้ตอบแบบสอบถาม
 (n = 39)

ปัจจัยด้านราคา	จำนวน และร้อยละ					ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
ราคายู่ในงบประมาณ	8 20.51%	29 74.36%	2 5.13%	0 0.00%	0 0.00%	4.15 มาก	1
บริการหลังการขายมีราคาถูกกว่าผู้ให้บริการรายอื่น	6 15.38%	22 56.41%	11 28.21%	0 0.00%	0 0.00%	3.87 มาก	2
สามารถต่อรองราคาได้	7 17.95%	16 41.03%	14 35.90%	2 5.13%	0 0.00%	3.72 มาก	3
บริการพัฒนาซอฟต์แวร์มีราคาถูกกว่าผู้ให้บริการรายอื่น	5 12.82%	21 53.85%	10 25.64%	1 2.56%	2 5.13%	3.67 มาก	4
มีการให้ระยะเวลาสินเชื่อ(ให้เครดิต)	4 10.26%	17 43.59%	13 33.33%	5 12.82%	0 0.00%	3.51 มาก	5
มีการให้ส่วนลดปริมาณจากการซื้อในปริมาณมาก	5 12.82%	7 17.95%	25 64.10%	2 5.13%	0 0.00%	3.38 ปานกลาง	6

จากตารางที่ 4.27 พบว่าปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์ใช้งาน
 พิเศษเฉพาะ ส่วนใหญ่มีความสำคัญในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยเกี่ยวกับการ มีการให้ส่วนลดปริมาณ
 จากการซื้อในปริมาณมาก ที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.28 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการ ด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์จ้างผลิตเฉพาะของผู้ตอบแบบสอบถาม (n = 39)

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	จำนวน และร้อยละ					ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
สถานประกอบการของผู้ให้บริการตั้งอยู่ในพื้นที่หรือใกล้เคียงกับธุรกิจ	12 30.77%	19 48.72%	7 17.95%	1 2.56%	0 0.00%	4.08 มาก	1
ผู้ให้บริการมีสาขาจำนวนมาก สะดวกต่อการให้บริการ	3 7.69%	17 43.59%	18 46.15%	1 2.56%	0 0.00%	3.56 มาก	2

จากตารางที่ 4.28 พบว่าปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์จ้างผลิตเฉพาะ ทุกปัจจัยมีความสำคัญในระดับมาก

ตารางที่ 4.29 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์จ้างผลิตเฉพาะของผู้ตอบแบบสอบถาม (n = 39)

ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	จำนวน และร้อยละ					ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
คำแนะนำเกี่ยวกับผู้ให้บริการ จากผู้อื่นที่เคยใช้บริการ	4 10.26%	18 46.15%	17 43.59%	0 0.00%	0 0.00%	3.67 มาก	1
มีการนำเสนอซอฟต์แวร์ที่เคย์พัฒนา	4 10.26%	19 48.72%	14 35.90%	2 5.13%	0 0.00%	3.64 มาก	2
ผู้ให้บริการมีเว็บไซต์ของ ตัวเองเพื่อนำเสนอข้อมูลการ ให้บริการ	4 10.26%	11 28.21%	24 61.54%	0 0.00%	0 0.00%	3.49 ปานกลาง	3

ตารางที่ 4.29 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์จ้างผลิตเฉพาะของผู้ตอบแบบสอบถาม (n = 39) (ต่อ)

ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	จำนวน และร้อยละ					ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
พนักงานขายมีธรรมาภิบาล	5 12.82%	9 23.08%	23 58.97%	2 5.13%	0 0.00%	3.44 ปานกลาง	4
มีการนำเสนอการให้บริการ ผ่านงานแสดงสินค้าหรืองาน สัมมนา	2 5.13%	7 17.95%	27 69.23%	3 7.69%	0 0.00%	3.21 ปานกลาง	5
มีการลงบทความเกี่ยวกับผู้ ให้บริการในนิตยสารไอที	1 2.56%	6 15.38%	31 79.49%	1 2.56%	0 0.00%	3.18 ปานกลาง	6
มีการโฆษณาผู้ให้บริการตาม นิตยสารไอที	1 2.56%	6 15.38%	24 61.54%	8 20.51%	0 0.00%	3.00 ปานกลาง	7
มีการโฆษณาผู้ให้บริการตาม เว็บไซต์สาธารณะ	2 5.13%	8 20.51%	13 33.33%	16 41.03%	0 0.00%	2.90 ปานกลาง	8
ผู้ให้บริการมีการแจ้งข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับบริการใหม่ ผ่านทางจดหมายอีเมลล์	2 5.13%	13 33.33%	9 23.08%	7 17.95%	8 20.51%	2.85 ปานกลาง	9

จากตารางที่ 4.29 พบว่าปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์จ้างผลิตเฉพาะ ส่วนใหญ่มีความสำคัญในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยย่อยเกี่ยวกับคำแนะนำเกี่ยวกับผู้ให้บริการจากผู้อื่นที่เคยใช้บริการ และมีการนำเสนอซอฟต์แวร์ที่เคยพัฒนา ที่มีความสำคัญในระดับมาก

ตารางที่ 4.30 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านบุคคล ที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์จ้างผลิตเฉพาะของผู้ตอบแบบสอบถาม (n = 39)

ปัจจัยด้านบุคคล	จำนวน และร้อยละ					ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
พนักงานสามารถแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้	25 64.10%	14 35.90%	0 0.00%	0 0.00%	0 0.00%	4.64 มากที่สุด	1
พนักงานมีความรู้ความสามารถและความชำนาญในลักษณะซอฟต์แวร์ที่ใช้	21 53.85%	18 46.15%	0 0.00%	0 0.00%	0 0.00%	4.54 มากที่สุด	2
พนักงานให้บริการหลังการขายรวดเร็ว	22 56.41%	16 41.03%	1 2.56%	0 0.00%	0 0.00%	4.54 มากที่สุด	2
พนักงานให้บริการพัฒนารวดเร็ว	19 48.72%	19 48.72%	1 2.56%	0 0.00%	0 0.00%	4.46 มาก	3
พนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ	19 48.72%	11 28.21%	9 23.08%	0 0.00%	0 0.00%	4.26 มาก	4
พนักงานมีกิจกรรมขายและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	14 35.90%	20 51.28%	5 12.82%	0 0.00%	0 0.00%	4.23 มาก	5

จากตารางที่ 4.30 พบว่าปัจจัยย่อยด้านบุคคลที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์จ้างผลิตเฉพาะที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ปัจจัยย่อยเกี่ยวกับการที่ พนักงานสามารถแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้ พนักงานมีความรู้ความสามารถและความชำนาญในลักษณะซอฟต์แวร์ที่ใช้ และพนักงานให้บริการหลังการขายรวดเร็ว และปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ปัจจัยย่อยเกี่ยวกับการที่ พนักงานให้บริการพัฒนารวดเร็ว พนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ และพนักงานมีกิจกรรมขายและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี

ตารางที่ 4.31 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์จ้างผลิตเฉพาะของผู้ตอบแบบสอบถาม (n = 39)

ปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ	จำนวน และร้อยละ					ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
พนักงานแต่งกายสุภาพ เรียบร้อย	2 5.13%	14 35.28%	20 51.28%	3 7.69%	0 0.00%	3.38 ปานกลาง	1
สำนักงานมีขนาดใหญ่ดูมั่นคง	2 5.13%	11 28.21%	23 58.97%	1 2.56%	2 5.13%	3.26 ปานกลาง	2
พนักงานมีอุปกรณ์นำเสนอที่ ทันสมัย	2 5.13%	8 20.51%	23 58.97%	6 15.38%	0 0.00%	3.15 ปานกลาง	3
มีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย ได้มาตรฐาน	2 5.13%	11 28.21%	17 43.59%	9 23.08%	0 0.00%	3.15 ปานกลาง	3
บรรยากาศในสำนักงานมีการ ตกแต่งสวยงามเป็นระเบียบ	2 5.13%	5 12.82%	24 61.54%	6 15.38%	2 5.13%	2.97 ปานกลาง	4

จากตารางที่ 4.31 พบว่าปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์จ้างผลิตเฉพาะ ทุกปัจจัยมีความสำคัญในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.32 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านกระบวนการ ที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์จ้างผลิตเฉพาะของผู้ตอบแบบสอบถาม (n = 39)

ปัจจัยด้านกระบวนการ	จำนวน และร้อยละ					ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
เก็บรักษาข้อมูลความลับของลูกค้าเป็นอย่างดี	28 71.79%	9 23.08%	2 5.13%	0 0.00%	0 0.00%	4.67 มากที่สุด	1
ความรวดเร็วในการพัฒนาซอฟต์แวร์จนแล้วเสร็จ	25 64.10%	14 35.90%	0 0.00%	0 0.00%	0 0.00%	4.64 มากที่สุด	2
ความรวดเร็วในการให้บริการต่างๆเช่นการแก้ไขปัญหา	23 58.97%	16 41.03%	0 0.00%	0 0.00%	0 0.00%	4.59 มากที่สุด	3
ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อกับผู้ให้บริการ	12 30.77%	25 64.10%	2 5.13%	0 0.00%	0 0.00%	4.26 มาก	4
มีการติดตามผลการใช้งานซอฟต์แวร์	11 28.21%	22 56.41%	6 15.38%	0 0.00%	0 0.00%	4.13 มาก	5

จากตารางที่ 4.32 พบว่าปัจจัยย่อยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์จ้างผลิตเฉพาะ ส่วนใหญ่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด ยกเว้นปัจจัยย่อยเกี่ยวกับความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อกับผู้ให้บริการ และมีการติดตามผลการใช้งานซอฟต์แวร์ ที่มีความสำคัญในระดับมาก

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาที่พบจากการใช้ซอฟต์แวร์และบริการจากผู้ให้บริการซอฟต์แวร์ของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน

ส่วนที่ 5.1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาที่พบจากการใช้ซอฟต์แวร์และบริการจากผู้ให้บริการซอฟต์แวร์สำเร็จรูปของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน

ตารางที่ 4.33 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความ เป็นปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบจากการใช้ซอฟต์แวร์และบริการจากผู้ให้บริการซอฟต์แวร์สำเร็จรูป (n = 57)

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	จำนวน และร้อยละ					ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
ซอฟต์แวร์ไม่เข้ากับระบบเดิมที่มีอยู่	8 14.04%	13 22.81%	22 38.60%	11 19.30%	3 5.26%	3.21 ปานกลาง	1
ซอฟต์แวร์มีฟังก์ชันไม่ครบไม่สามารถตอบสนองความต้องการทั้งหมดได้	7 12.28%	6 10.53%	31 54.39%	10 17.54%	3 5.26%	3.07 ปานกลาง	2
ซอฟต์แวร์ไม่มีความยืดหยุ่นปรับเปลี่ยนให้เข้ากับการทำงานได้ยาก	5 8.77%	5 8.77%	36 63.16%	8 14.04%	3 5.26%	3.02 ปานกลาง	3
ซอฟต์แวร์มีความผิดพลาด (bug) ในการทำงาน	8 14.04%	4 7.02%	24 42.11%	19 33.33%	2 3.51%	2.95 ปานกลาง	4
ผู้ให้บริการไม่มีการให้บริการหลังการขาย	3 5.26%	16 28.07%	15 26.32%	19 33.33%	4 2.91%	2.91 ปานกลาง	5
ซอฟต์แวร์ใช้งานได้ยาก	3 5.26%	10 17.54%	20 35.09%	22 38.60%	2 3.51%	2.82 ปานกลาง	6
ผู้ให้บริการไม่มีคู่มือการใช้งานที่ละเอียดครบถ้วนให้	0 0.00%	11 19.30%	25 43.86%	15 26.32%	6 10.53%	2.72 ปานกลาง	7
ผู้ให้บริการไม่มีการรับประกัน	0 0.00%	15 26.32%	14 24.56%	23 40.35%	5 8.77%	2.68 ปานกลาง	8

ตารางที่ 4.33 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความเป็นปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบจากการใช้ซอฟต์แวร์และบริการจากผู้ให้บริการซอฟต์แวร์สำเร็จรูป (n = 57) (ต่อ)

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	จำนวน และร้อยละ					ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
ผู้ให้บริการไม่มีการให้บริการฝึกอบรม	0 0.00%	17 29.82%	12 21.05%	21 36.84%	7 12.28%	2.68 ปานกลาง	8
ผู้ให้บริการไม่มีประสบการณ์	5 8.77%	4 7.02%	18 31.58%	27 47.37%	3 5.26%	2.67 ปานกลาง	9
ซอฟต์แวร์ไม่สามารถอัปเดตได้	3 5.26%	6 10.53%	19 33.33%	27 47.37%	2 3.51%	2.67 ปานกลาง	9
ซอฟต์แวร์ไม่มีชื่อเสียงไม่เป็นที่รู้จัก	3 5.26%	2 3.51%	29 50.88%	18 31.58%	5 8.77%	2.65 ปานกลาง	10
ผู้ให้บริการไม่มีชื่อเสียงเฉพาะด้านซอฟต์แวร์ที่ใช้	0 0.00%	5 8.77%	25 43.86%	25 43.86%	2 3.51%	2.58 ปานกลาง	11
ไม่มีรายชื่อลูกค้าอ้างอิง	0 0.00%	5 8.77%	23 40.35%	24 42.11%	5 8.77%	2.49 น้อย	12

จากตารางที่ 4.33 พบว่าปัญหาย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่พบจากการใช้ซอฟต์แวร์และบริการจากผู้ให้บริการซอฟต์แวร์สำเร็จรูป ส่วนใหญ่เป็นปัญหาในระดับปานกลาง ยกเว้นปัญหาย่อยเกี่ยวกับการไม่มีรายชื่อลูกค้าอ้างอิง ที่เป็นปัญหาในระดับน้อย

ตารางที่ 4.34 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความเป็นปัญหาด้านราคา ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบจากการใช้ซอฟต์แวร์และบริการจากผู้ให้บริการซอฟต์แวร์สำเร็จรูป (n = 57)

ปัญหาด้านราคา	จำนวน และร้อยละ					ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
ซอฟต์แวร์มีราคาแพงเกินไปประมาณ	5 8.77%	17 29.82%	22 38.60%	12 21.05%	1 1.75%	3.23 ปานกลาง	1
การบริการหลังการขายมีราคาแพงกว่าผู้ให้บริการรายอื่น	3 5.26%	15 26.32%	29 50.88%	9 15.79%	1 1.75%	3.18 ปานกลาง	2
ซอฟต์แวร์มีราคาแพงเกินกว่าความสามารถ	2 3.51%	9 15.79%	42 73.68%	3 5.26%	1 1.75%	3.14 ปานกลาง	3
ซอฟต์แวร์มีราคาแพงกว่ายี่ห้ออื่น	0 0.00%	11 19.30%	40 70.18%	5 8.77%	1 1.75%	3.07 ปานกลาง	4
ไม่สามารถต่อรองราคาได้	0 0.00%	10 17.54%	30 52.63%	16 28.07%	1 1.75%	2.86 ปานกลาง	5
ไม่มีการให้ส่วนลดปริมาณจากการซื้อในปริมาณมาก	0 0.00%	4 7.02%	32 56.14%	20 35.09%	1 1.75%	2.68 ปานกลาง	6
ระยะเวลาสินค้าเชื่อ (ให้เครดิต) ไม่เหมาะสม	0 0.00%	1 1.75%	22 38.60%	32 56.14%	2 3.51%	2.39 น้อย	7

จากตารางที่ 4.34 พบว่าปัญหาย่อยด้านราคาที่เกิดจากการใช้ซอฟต์แวร์และบริการจากผู้ให้บริการซอฟต์แวร์สำเร็จรูป ส่วนใหญ่เป็นปัญหาในระดับปานกลาง ยกเว้นปัญหาย่อยเกี่ยวกับระยะเวลาสินค้าเชื่อ(ให้เครดิต)ไม่เหมาะสม ที่เป็นปัญหาในระดับน้อย

ตารางที่ 4.35 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความเป็นปัญหาด้านการจัดจำหน่าย ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบจากการใช้ซอฟต์แวร์และบริการจากผู้ให้บริการซอฟต์แวร์สำเร็จรูป (n = 57)

ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย	จำนวน และร้อยละ					ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
สถานประกอบการของผู้ให้บริการตั้งอยู่ห่างไกลจากธุรกิจ	0 0.00%	16 28.07%	25 43.86%	12 21.05%	4 7.02%	2.93 ปานกลาง	1
ผู้ให้บริการมีจำนวนสาขาน้อย ไม่สะดวกต่อการให้บริการ	0 0.00%	10 17.54%	30 52.63%	14 42.11%	3 8.77%	2.82 ปานกลาง	2
ไม่มีการขายซอฟต์แวร์ผ่านเว็บไซต์	1 1.75	0 0.00%	27 47.37%	24 42.11%	5 8.77%	2.44 น้อย	3

จากตารางที่ 4.35 พบว่าปัญหาย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่พบจากการใช้ซอฟต์แวร์และบริการจากผู้ให้บริการซอฟต์แวร์สำเร็จรูป ส่วนใหญ่เป็นปัญหาในระดับปานกลาง ยกเว้นปัญหาย่อย ไม่มีการขายซอฟต์แวร์ผ่านเว็บไซต์ ที่เป็นปัญหาในระดับน้อย

ตารางที่ 4.36 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความเป็นปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบจากการใช้ซอฟต์แวร์และบริการจากผู้ให้บริการซอฟต์แวร์สำเร็จรูป (n = 57)

ปัญหาด้านการส่งเสริม การตลาด	จำนวน และร้อยละ					ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
ผู้ให้บริการไม่มีการแจ้งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ผ่านทางจดหมายอีเมลล์	0 0.00%	12 21.05%	27 47.37%	14 24.56%	4 7.02%	2.82 ปานกลาง	1
ไม่มีคำแนะนำเกี่ยวกับซอฟต์แวร์จากผู้อื่นที่เคยใช้บริการ	0 0.00%	10 17.54%	30 52.63%	13 22.81%	4 7.02%	2.81 ปานกลาง	2
ไม่มีคำแนะนำเกี่ยวกับผู้ให้บริการจากผู้อื่นที่เคยใช้บริการ	0 0.00%	11 19.30%	27 47.37%	15 26.32%	4 7.02%	2.79 ปานกลาง	3
ไม่มีซอฟต์แวร์ตัวอย่างให้ทดลอง	0 0.00%	3 5.26%	39 68.42%	12 21.05%	3 5.26%	2.74 ปานกลาง	4
ผู้ให้บริการไม่มีเว็บไซต์ของตัวเองเพื่อนำเสนอข้อมูลของซอฟต์แวร์	2 3.51%	2 3.51%	35 61.40%	14 24.56%	4 7.02%	2.72 ปานกลาง	5
ไม่มีการลงบทความเกี่ยวกับซอฟต์แวร์ในนิตยสารไอที	0 0.00%	8 14.04%	29 50.88%	16 28.07%	4 7.02%	2.72 ปานกลาง	5
พนักงานขายไม่มีอรรถยาศัยที่ดี	0 0.00%	4 7.02%	35 61.40%	15 26.32%	3 5.26%	2.70 ปานกลาง	6
ไม่มีการโฆษณาซอฟต์แวร์ตามนิตยสารไอที	0 0.00%	1 1.75%	36 63.16%	16 28.07%	4 7.02%	2.60 ปานกลาง	7

ตารางที่ 4.36 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความเป็นปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบจากการใช้ซอฟต์แวร์และบริการจากผู้ให้บริการซอฟต์แวร์สำเร็จรูป (n = 57) (ต่อ)

ปัญหาด้านการส่งเสริม การตลาด	จำนวน และร้อยละ					ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
ไม่มีการนำเสนอซอฟต์แวร์ ผ่านงานแสดงสินค้าหรืองาน สัมมนา	0 0.00%	6 10.53%	24 42.11%	23 40.35%	4 7.02%	2.56 ปานกลาง	8
ไม่มีการโฆษณาซอฟต์แวร์ ตามเว็บไซต์สาธารณะ	0 0.00%	1 1.75%	35 61.40%	13 22.81%	8 14.04%	2.51 ปานกลาง	9

จากตารางที่ 4.36 พบว่าปัญหาย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่พบจากการใช้ซอฟต์แวร์และบริการจากผู้ให้บริการซอฟต์แวร์สำเร็จรูป ทุกปัญหาเป็นปัญหาในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.37 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความเป็นปัญหาด้านบุคคล ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบจากการใช้ซอฟต์แวร์และบริการจากผู้ให้บริการซอฟต์แวร์สำเร็จรูป (n = 57)

ปัญหาด้านบุคคล	จำนวน และร้อยละ					ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
พนักงานให้บริการหลังการขายล่าช้า	18 31.58%	8 14.04%	22 38.60%	7 12.28%	2 3.51%	3.58 มาก	1
พนักงานมีจำนวนไม่เพียงพอต่อการให้บริการ	18 31.58%	6 10.53%	26 45.61%	5 8.77%	2 3.51%	3.58 มาก	1
พนักงานไม่สามารถแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้	13 22.81%	12 21.05%	21 36.84%	9 15.79%	2 3.51%	3.44 ปานกลาง	2
พนักงานไม่มีความรู้ความสามารถและความชำนาญในลักษณะซอฟต์แวร์ที่ใช้	8 14.04%	12 21.05%	19 33.33%	16 28.07%	2 3.51%	3.14 ปานกลาง	3
พนักงานให้บริการติดตั้งล่าช้า	3 5.26%	19 33.33%	20 35.09%	12 21.05%	3 5.26%	3.12 ปานกลาง	4
พนักงานไม่มีกิริยามารยาทและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	1 1.75%	10 17.54%	30 52.63%	12 21.05%	4 7.02%	2.86 ปานกลาง	5

จากตารางที่ 4.37 พบว่าปัญหาย่อยด้านบุคคลที่พบจากการใช้ซอฟต์แวร์และบริการจากผู้ให้บริการซอฟต์แวร์สำเร็จรูป ส่วนใหญ่เป็นปัญหาในระดับปานกลาง ยกเว้นปัญหาย่อยเกี่ยวกับการที่ พนักงานให้บริการหลังการขายล่าช้า และพนักงานมีจำนวนไม่เพียงพอต่อการให้บริการ ที่เป็นปัญหาในระดับมาก

ตารางที่ 4.38 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความเป็นปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบจากการใช้ซอฟต์แวร์และบริการจากผู้ให้บริการ ซอฟต์แวร์สำเร็จรูป (n = 57)

ปัญหาด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ	จำนวน และร้อยละ					ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
พนักงานไม่มีอุปกรณ์นำเสนอที่ทันสมัย	0 0.00%	4 7.02%	24 42.11%	26 45.61%	3 5.26%	2.51 ปานกลาง	1
สำนักงานมีขนาดเล็กคูไม่มั่นคง	0 0.00%	2 3.51%	26 45.61%	24 42.11%	5 8.77%	2.44 น้อย	2
พนักงานแต่งกายไม่สุภาพเรียบร้อย	0 0.00%	1 1.75%	26 45.61%	26 45.61%	4 7.02%	2.42 น้อย	3
ไม่มีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัยได้มาตรฐาน	0 0.00%	4 7.02%	16 28.07%	30 52.63%	7 12.28%	2.30 น้อย	4
บรรยากาศในสำนักงานไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย	0 0.00%	2 3.51%	18 31.58%	29 50.88%	8 14.04%	2.25 น้อย	5

จากตารางที่ 4.38 พบว่าปัญหาย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่พบจากการใช้ซอฟต์แวร์และบริการจากผู้ให้บริการซอฟต์แวร์สำเร็จรูป ส่วนใหญ่เป็นปัญหาในระดับน้อย ยกเว้นปัญหาย่อยเกี่ยวกับการที่ พนักงานไม่มีอุปกรณ์นำเสนอที่ทันสมัย ที่เป็นปัญหาในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.39 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความเป็นปัญหาด้านกระบวนการ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบจากการใช้ซอฟต์แวร์และบริการจากผู้ให้บริการซอฟต์แวร์สำเร็จรูป (n = 57)

ปัญหาด้านกระบวนการ	จำนวน และร้อยละ					ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
ความล่าช้าในการประยุกต์ซอฟต์แวร์ให้มีความเหมาะสม	18 31.58%	8 14.04%	24 42.11%	5 8.77%	2 3.51%	3.61 มาก	1
ความล่าช้าในการให้บริการต่างๆเช่นการแก้ไขปัญหา	14 24.56%	15 26.32%	20 35.09%	6 10.53%	2 3.51%	3.58 มาก	2
ไม่ได้รับความสะดวกในการติดต่อกับผู้ให้บริการ	8 14.04%	15 26.32%	24 42.11%	7 12.28%	3 5.26%	3.32 ปานกลาง	3
การเก็บข้อมูลลูกค้าไม่ปลอดภัยไม่น่าไว้วางใจ	12 21.05%	3 5.26%	33 57.89%	6 10.53%	3 5.26%	3.26 ปานกลาง	4
ไม่มีการติดตามผลการใช้งานซอฟต์แวร์	4 7.02%	9 15.79%	35 61.40%	7 12.28%	2 3.51%	3.11 ปานกลาง	5

จากตารางที่ 4.39 พบว่าปัญหาย่อยด้านกระบวนการที่พบจากการใช้ซอฟต์แวร์และบริการจากผู้ให้บริการซอฟต์แวร์สำเร็จรูป ส่วนใหญ่เป็นปัญหาในระดับปานกลาง ยกเว้นปัญหาย่อย ความล่าช้าในการประยุกต์ซอฟต์แวร์ให้มีความเหมาะสม และความล่าช้าในการให้บริการต่างๆเช่นการแก้ไขปัญหา ที่เป็นปัญหาในระดับมาก

ส่วนที่ 5.2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาที่พบจากการใช้ซอฟต์แวร์และบริการจากผู้ให้บริการซอฟต์แวร์จ้างผลิตเฉพาะของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน

ตารางที่ 4.40 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความเป็นปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบจากการใช้ซอฟต์แวร์และบริการจากผู้ให้บริการซอฟต์แวร์จ้างผลิตเฉพาะ (n = 39)

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	จำนวน และร้อยละ					ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
ซอฟต์แวร์มีความผิดพลาด (bug) ในการทำงาน	14 35.90%	7 17.95%	12 30.77%	4 10.26%	2 5.13%	3.69 มาก	1
ผู้ให้บริการไม่มีประสิทธิภาพ	1 2.56%	20 51.28%	8 20.51%	7 17.95%	3 7.69%	3.23 ปานกลาง	2
ซอฟต์แวร์ไม่เข้ากับระบบเดิมที่มีอยู่	10 25.64%	4 10.26%	9 23.08%	14 35.90%	2 5.13%	3.15 ปานกลาง	3
ผู้ให้บริการไม่มีคู่มือการใช้งานที่ละเอียดครบถ้วนให้	7 17.95%	3 7.69%	19 48.72%	8 20.51%	2 5.13%	3.13 ปานกลาง	4
ผู้ให้บริการไม่มีชื่อเสียงเฉพาะด้านซอฟต์แวร์ที่ใช้	0 0.00%	13 33.33%	16 41.03%	8 20.51%	2 5.13%	3.03 ปานกลาง	5
ซอฟต์แวร์ใช้งานได้ยาก	7 17.95%	4 10.26%	12 30.77%	14 35.90%	2 5.13%	3.00 ปานกลาง	6
ผู้ให้บริการไม่มีบริการฝึกอบรม	5 12.82%	4 10.26%	18 46.15%	9 23.08%	3 7.69%	2.97 ปานกลาง	7
ผู้ให้บริการไม่มีบริการหลังการขาย	8 20.51%	2 5.13%	11 28.21%	15 38.46%	3 7.69%	2.92 ปานกลาง	8
ผู้ให้บริการไม่มีบริการรับประกัน	8 20.51%	1 2.56%	12 30.77%	15 38.46%	3 7.69%	2.90 ปานกลาง	9

ตารางที่ 4.40 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความเป็นปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบจากการใช้ซอฟต์แวร์และบริการจากผู้ให้บริการซอฟต์แวร์จ้างผลิตเฉพาะ (n = 39) (ต่อ)

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	จำนวน และร้อยละ					ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
ซอฟต์แวร์ไม่สามารถอัปเดตได้	1 2.56%	8 20.51%	12 30.77%	16 41.03%	2 5.13%	2.74 ปานกลาง	10
ไม่มีรายชื่อลูกค้าอ้างอิง	0 0.00%	2 5.13%	25 64.10%	9 23.80%	3 7.69%	2.67 ปานกลาง	11

จากตารางที่ 4.40 พบว่าปัญหาย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่พบจากการใช้ซอฟต์แวร์และบริการจากผู้ให้บริการซอฟต์แวร์จ้างผลิตเฉพาะ ส่วนใหญ่เป็นปัญหาในระดับปานกลาง ยกเว้นปัญหาย่อยเกี่ยวกับ ซอฟต์แวร์มีความผิดพลาด (bug) ในการทำงาน ที่เป็นปัญหาในระดับมาก

ตารางที่ 4.41 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความเป็นปัญหาด้านราคา ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบจากการใช้ซอฟต์แวร์และบริการจากผู้ให้บริการซอฟต์แวร์จ้างผลิตเฉพาะ (n = 39)

ปัญหาด้านราคา	จำนวน และร้อยละ					ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
ซอฟต์แวร์มีราคาแพง เกินงบประมาณ	3 7.69%	9 23.08%	21 53.85%	6 15.38%	0 0.00%	3.23 ปานกลาง	1
บริการพัฒนาซอฟต์แวร์มีราคาแพงกว่าผู้ให้บริการรายอื่น	2 5.13%	10 25.64%	19 48.72%	7 17.95%	1 2.56%	3.13 ปานกลาง	2
การบริการหลังการขายมีราคาแพงกว่าผู้ให้บริการรายอื่น	2 5.13%	10 25.64%	18 46.15%	8 20.51%	1 2.56%	3.10 ปานกลาง	3
ไม่สามารถต่อรองราคาได้	0 0.00%	6 15.38%	21 53.85%	11 28.21%	1 2.56%	2.82 ปานกลาง	4
ไม่มีการให้ส่วนลดปริมาณจากการซื้อในปริมาณมาก	0 0.00%	3 7.69%	21 53.85%	14 35.90%	1 2.56%	2.67 ปานกลาง	5
ระยะเวลาสินเชื่อ (ให้เครดิต) ไม่เหมาะสม	0 0.00%	3 7.69%	14 35.90%	20 51.28%	2 5.13%	2.46 น้อย	6

จากตารางที่ 4.41 พบว่าปัญหาย่อยด้านราคาที่เกิดจากการใช้ซอฟต์แวร์และบริการจากผู้ให้บริการซอฟต์แวร์จ้างผลิตเฉพาะ ส่วนใหญ่เป็นปัญหาในระดับปานกลาง ยกเว้นปัญหาย่อยเกี่ยวกับ ระยะเวลาสินเชื่อ (ให้เครดิต) ไม่เหมาะสม ที่เป็นปัญหาในระดับน้อย

ตารางที่ 4.42 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความเป็นปัญหาด้านการจัดจำหน่าย ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบจากการใช้ซอฟต์แวร์และบริการจากผู้ให้บริการซอฟต์แวร์จ้างผลิตเฉพาะ (n = 39)

ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย	จำนวน และร้อยละ					ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
สถานประกอบการของผู้ให้บริการตั้งอยู่ห่างไกลจากธุรกิจ	0 0.00%	17 43.59%	15 38.46%	3 7.69%	4 10.26%	3.15 ปานกลาง	1
ผู้ให้บริการมีจำนวนสาขาน้อย ไม่สะดวกต่อการให้บริการ	0 0.00%	10 25.64%	21 53.85%	5 12.82%	3 7.69%	2.97 ปานกลาง	2

จากตารางที่ 4.42 พบว่าปัญหาย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่พบจากการใช้ซอฟต์แวร์และบริการจากผู้ให้บริการซอฟต์แวร์จ้างผลิตเฉพาะ ทุกปัญหาเป็นปัญหาในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.43 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความเป็นปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบจากการใช้ซอฟต์แวร์และบริการจากผู้ให้บริการซอฟต์แวร์จ้างผลิตเฉพาะ (n = 39)

ปัญหาด้านการส่งเสริม การตลาด	จำนวน และร้อยละ					ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
ไม่มีการนำเสนอซอฟต์แวร์ที่ เคยพัฒนา	0 0.00%	11 28.21%	19 48.72%	7 17.95%	2 5.13%	3.00 ปานกลาง	1
พนักงานขายไม่มีทัศนคติที่ดี	0 0.00%	12 30.77%	13 33.33%	12 30.77%	2 5.13%	2.90 ปานกลาง	2
ผู้ให้บริการไม่มีเว็บไซต์ของ ตัวเองเพื่อนำเสนอข้อมูลการ ให้บริการ	0 0.00%	9 23.08%	15 38.46%	12 30.77%	3 7.69%	2.77 ปานกลาง	3

ตารางที่ 4.43 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความเป็นปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบจากการใช้ซอฟต์แวร์และบริการจากผู้ให้บริการซอฟต์แวร์จ้างผลิตเฉพาะ (n = 39) (ต่อ)

ปัญหาด้านการส่งเสริม การตลาด	จำนวน และร้อยละ					ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
ไม่มีการโฆษณาผู้ให้บริการตามนิตยสารไอที	0 0.00%	1 2.56%	23 58.97%	13 33.33%	2 5.13%	2.59 ปานกลาง	4
ไม่มีคำแนะนำเกี่ยวกับผู้ให้บริการจากผู้อื่นที่เคยใช้บริการ	0 0.00%	1 2.56%	23 58.97%	12 30.77%	3 7.69%	2.56 ปานกลาง	5
ไม่มีการลงบทความเกี่ยวกับผู้ให้บริการในนิตยสารไอที	0 0.00%	0 0.00%	24 61.54%	12 30.77%	3 7.69%	2.54 ปานกลาง	6
ไม่มีการนำเสนอซอฟต์แวร์ผ่านงานแสดงสินค้าหรืองานสัมมนา	0 0.00%	0 0.00%	24 61.54%	12 30.77%	3 7.69%	2.54 ปานกลาง	6
ไม่มีการโฆษณาผู้ให้บริการตามเว็บไซต์สาธารณะ	0 0.00%	2 5.13%	12 30.77%	22 56.41%	3 7.69%	2.33 น้อย	7
ผู้ให้บริการไม่มีการแจ้งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบริการใหม่ผ่านทางจดหมาย อีเมลล์	0 0.00%	1 2.56%	11 28.21%	25 64.10%	2 5.13%	2.28 น้อย	8

จากตารางที่ 4.43 พบว่าปัญหาย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่พบจากการใช้ซอฟต์แวร์และบริการจากผู้ให้บริการซอฟต์แวร์จ้างผลิตเฉพาะ ส่วนใหญ่เป็นปัญหาในระดับปานกลาง ยกเว้นปัญหาย่อยเกี่ยวกับการที่ ไม่มีการโฆษณาผู้ให้บริการตามเว็บไซต์สาธารณะ และผู้ให้บริการไม่มีการแจ้งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบริการใหม่ผ่านทางจดหมายอีเมลล์ ที่เป็นปัญหาในระดับน้อย

ตารางที่ 4.44 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความเป็นปัญหาด้านบุคคล ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบจากการใช้ซอฟต์แวร์และบริการจากผู้ให้บริการซอฟต์แวร์จ้างผลิตเฉพาะ (n = 39)

ปัญหาด้านบุคคล	จำนวน และร้อยละ					ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
พนักงานให้บริการหลังการขายล่าช้า	13 33.33%	8 20.51%	13 33.33%	2 5.13%	3 7.69%	3.67 มาก	1
พนักงานให้บริการพัฒนาล่าช้า	13 33.33%	6 15.38%	11 28.21%	6 15.38%	3 7.69%	3.51 มาก	2
พนักงานไม่สามารถแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้	7 17.95%	17 43.59%	7 17.95%	5 12.82%	3 7.69%	3.51 มาก	2
พนักงานมีจำนวนไม่เพียงพอต่อการให้บริการ	13 33.33%	3 7.69%	16 41.03%	5 12.82%	2 5.13%	3.51 มาก	2
พนักงานไม่มีความรู้ความสามารถและความชำนาญในลักษณะซอฟต์แวร์ที่ใช้	6 15.38%	14 35.90%	8 20.51%	8 20.51%	3 7.69%	3.31 ปานกลาง	3
พนักงานไม่มีกิจกรรมขายและมนุษย์สัมพันธ์ที่ดี	5 12.82%	4 10.26%	20 51.28%	7 17.95%	3 7.69%	3.03 ปานกลาง	4

จากตารางที่ 4.44 พบว่าปัญหาย่อยด้านบุคคลที่พบจากการใช้ซอฟต์แวร์และบริการจากผู้ให้บริการซอฟต์แวร์จ้างผลิตเฉพาะ ส่วนใหญ่เป็นปัญหาในระดับมาก ยกเว้นปัญหาย่อยเกี่ยวกับการที่ พนักงานไม่มีความรู้ความสามารถและความชำนาญในลักษณะซอฟต์แวร์ที่ใช้ และพนักงานไม่มีกิจกรรมขายและมนุษย์สัมพันธ์ที่ดี ที่เป็นปัญหาในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.45 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความเป็นปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบจากการใช้ซอฟต์แวร์และบริการจากผู้ให้บริการ ซอฟต์แวร์จ้างผลิตเฉพาะ (n = 39)

ปัญหาด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ	จำนวน และร้อยละ					ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
พนักงานแต่งกายไม่สุภาพ เรียบร้อย	0 0.00%	6 15.38%	20 51.28%	10 25.64%	3 7.69%	2.74 ปานกลาง	1
สำนักงานมีขนาดเล็กดูไม่ มั่นคง	0 0.00%	0 0.00%	20 51.28%	17 43.59%	2 5.13%	2.46 น้อย	2
พนักงานไม่มีอุปกรณ์นำเสนอ ที่ทันสมัย	0 0.00%	1 2.56%	11 28.21%	24 61.54%	3 7.69%	2.26 น้อย	3
บรรยากาศในสำนักงานไม่เป็น ระเบียบเรียบร้อย	0 0.00%	0 0.00%	10 25.64%	26 66.67%	3 7.69%	2.18 น้อย	4
ไม่มีอุปกรณ์สำนักงานที่ ทันสมัยได้มาตรฐาน	0 0.00%	0 0.00%	8 20.51%	28 71.79%	3 7.69%	2.13 น้อย	5

จากตารางที่ 4.45 พบว่าปัญหาย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่พบจากการใช้ซอฟต์แวร์และบริการจากผู้ให้บริการซอฟต์แวร์จ้างผลิตเฉพาะ ส่วนใหญ่เป็นปัญหาในระดับน้อย ยกเว้นปัญหาย่อยเกี่ยวกับการที่ พนักงานแต่งกายไม่สุภาพเรียบร้อย ที่เป็นปัญหาในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.46 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความเป็นปัญหาด้านกระบวนการ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบจากการใช้ซอฟต์แวร์และบริการจากผู้ให้บริการซอฟต์แวร์จ้างผลิตเฉพาะ (n = 39)

ปัญหาด้านกระบวนการ	จำนวน และร้อยละ					ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
ความล่าช้าในการพัฒนาซอฟต์แวร์จนแล้วเสร็จ	16 41.03%	6 15.38%	12 30.77%	3 7.69%	2 5.13%	3.79 มาก	1
ความล่าช้าในการให้บริการต่างๆเช่นการแก้ไขปัญหา	14 35.90%	11 28.21%	8 20.51%	4 10.26%	2 5.13%	3.79 มาก	1
ไม่มีการติดตามผลการใช้งานซอฟต์แวร์	6 15.38%	6 15.38%	22 56.41%	3 7.69%	2 5.13%	3.28 ปานกลาง	2
การเก็บข้อมูลลูกค้าไม่ปลอดภัยไม่น่าไว้วางใจ	6 15.38%	6 15.38%	18 46.15%	7 17.95%	2 5.13%	3.18 ปานกลาง	3
ไม่ได้รับความสะดวกในการติดต่อกับผู้ให้บริการ	5 12.82%	6 15.38%	19 48.72%	7 17.95%	2 5.13%	3.13 ปานกลาง	4

จากตารางที่ 4.46 พบว่าปัญหาย่อยด้านกระบวนการที่พบจากการใช้ซอฟต์แวร์และบริการจากผู้ให้บริการซอฟต์แวร์จ้างผลิตเฉพาะ ส่วนใหญ่เป็นปัญหาในระดับปานกลาง ยกเว้นปัญหาย่อยเกี่ยวกับ ความล่าช้าในการพัฒนาซอฟต์แวร์จนแล้วเสร็จ และความล่าช้าในการให้บริการต่างๆเช่นการแก้ไขปัญหา ที่เป็นปัญหาในระดับมาก

ส่วนที่ 6 ผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์
จำแนก ลักษณะการเป็นบริษัทแม่กับบริษัทสาขา และงบประมาณในการลงทุนด้านซอฟต์แวร์

ส่วนที่ 6.1 ผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์ของ
บริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน จำแนกตามลักษณะการเป็นบริษัทแม่กับบริษัท
สาขา

ส่วนที่ 6.1.1 ผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์
สำเร็จรูปของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน จำแนกตามลักษณะการเป็น
บริษัทแม่กับบริษัทสาขา

ตารางที่ 4.47 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ซอฟต์แวร์และบริการจากผู้
ให้บริการซอฟต์แวร์สำเร็จรูป จำแนกตามลักษณะการเป็นบริษัทแม่กับบริษัทสาขา (n = 57)

ลักษณะการเป็นบริษัทแม่กับบริษัทสาขา	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เป็นลักษณะบริษัทแม่กับบริษัทสาขา	23	40.35
เป็นลักษณะบริษัทแม่กับบริษัทสาขา	34	59.65
รวม	57	100.00

จากตารางที่ 4.47 พบว่าบริษัทที่ใช้ซอฟต์แวร์และบริการจากผู้ให้บริการซอฟต์แวร์
สำเร็จรูป ส่วนใหญ่เป็นลักษณะบริษัทแม่กับบริษัทสาขา คิดเป็นร้อยละ 59.65 และไม่เป็นลักษณะ
บริษัทแม่กับบริษัทสาขา คิดเป็นร้อยละ 40.35

ตารางที่ 4.48 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์สำเร็จรูป จำแนกตามลักษณะการเป็นบริษัทแม่กับบริษัทสาขา

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ลักษณะการเป็นบริษัทแม่กับบริษัทสาขา	
	ไม่เป็น (n = 23)	เป็น (n = 34)
ซอฟต์แวร์มีฟังก์ชันตรงตามความต้องการ	4.57 มากที่สุด	4.79 มากที่สุด
ซอฟต์แวร์ไม่มีความผิดพลาด (bug) ในการทำงาน	4.43 มาก	4.71 มากที่สุด
ซอฟต์แวร์มีความยืดหยุ่นสามารถปรับเปลี่ยนให้เข้ากับการทำงานได้ง่าย	4.26 มาก	4.59 มากที่สุด
ซอฟต์แวร์สามารถเชื่อมเข้ากับระบบเดิมที่มีอยู่ได้	4.09 มาก	4.41 มาก
ผู้ให้บริการมีการให้บริการหลังการขาย	4.09 มาก	4.15 มาก
ซอฟต์แวร์สามารถใช้งานได้ง่าย	4.04 มาก	4.15 มาก
ผู้ให้บริการมีประสบการณ์	4.13 มาก	4.06 มาก
ผู้ให้บริการมีการรับประกัน	4.22 มาก	3.88 มาก
ผู้ให้บริการมีคู่มือการใช้งานที่ละเอียดครบถ้วนให้	3.78 มาก	3.82 มาก
ซอฟต์แวร์สามารถอัปเดตได้	3.78 มาก	3.79 มาก
ผู้ให้บริการมีชื่อเสียงเฉพาะด้านซอฟต์แวร์ที่ใช้	3.87 มาก	3.68 มาก
ผู้ให้บริการมีการให้บริการฝึกอบรม	3.83 มาก	3.68 มาก

ตารางที่ 4.48 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์สำเร็จรูป จำแนกตามลักษณะการเป็นบริษัทแม่กับบริษัทสาขา (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ลักษณะการเป็นบริษัทแม่กับบริษัทสาขา	
	ไม่เป็น (n = 23)	เป็น (n = 34)
ซอฟต์แวร์มีชื่อเสียง	3.87 มาก	3.50 มาก
มีรายชื่อลูกค้าอ้างอิง	3.26 ปานกลาง	3.29 ปานกลาง

จากตารางที่ 4.48 พบว่าปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์สำเร็จรูปของผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในบริษัทที่ไม่เป็นลักษณะบริษัทแม่กับบริษัทสาขา ส่วนใหญ่มีความสำคัญในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเกี่ยวกับ ซอฟต์แวร์มีฟังก์ชันตรงตามความต้องการ ที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด และปัจจัยย่อยเกี่ยวกับการ มีรายชื่อลูกค้าอ้างอิง ที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์สำเร็จรูปของผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในบริษัทที่เป็นลักษณะบริษัทแม่กับบริษัทสาขา ส่วนใหญ่มีความสำคัญในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเกี่ยวกับ ซอฟต์แวร์มีฟังก์ชันตรงตามความต้องการ ซอฟต์แวร์ไม่มีความผิดพลาด (bug) ในการทำงาน และซอฟต์แวร์มีความยืดหยุ่นสามารถปรับเปลี่ยนให้เข้ากับการทำงานได้ง่าย ที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด และปัจจัยย่อยเกี่ยวกับการ มีรายชื่อลูกค้าอ้างอิง ที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.49 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์สำเร็จรูป จำแนกตามลักษณะการเป็นบริษัทแม่กับบริษัทสาขา

ปัจจัยด้านราคา	ลักษณะการเป็นบริษัทแม่กับบริษัทสาขา	
	ไม่เป็น (n = 23)	เป็น (n = 34)
ราคาอยู่ในงบประมาณ	4.35 มาก	4.26 มาก
ซอฟต์แวร์มีราคาเหมาะสมกับความสามารถของ ซอฟต์แวร์ไม่ถูกไม่แพงเกินไป	4.13 มาก	3.85 มาก
สามารถต่อรองราคาได้	3.43 ปานกลาง	3.53 มาก
มีการให้ระยะเวลาสินเชื่อ (ให้เครดิต)	3.57 มาก	3.38 ปานกลาง
ซอฟต์แวร์มีราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่น	3.61 มาก	3.26 ปานกลาง
มีการให้ส่วนลดปริมาณจากการซื้อในปริมาณมาก	3.39 ปานกลาง	3.41 ปานกลาง
บริการหลังการขายมีราคาถูกกว่าผู้ให้บริการรายอื่น	3.26 ปานกลาง	3.24 ปานกลาง

จากตารางที่ 4.49 พบว่าปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์สำเร็จรูปของผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในบริษัทที่ไม่เป็นลักษณะบริษัทแม่กับบริษัทสาขา ส่วนใหญ่มีความสำคัญในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเกี่ยวกับการที่สามารถต่อรองราคาได้ มีการให้ส่วนลดปริมาณจากการซื้อในปริมาณมาก และบริการหลังการขายมีราคาถูกกว่าผู้ให้บริการรายอื่นที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง

ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์สำเร็จรูปของผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในบริษัทที่เป็นลักษณะบริษัทแม่กับบริษัทสาขา ส่วนใหญ่มีความสำคัญในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยย่อย ราคาอยู่ในงบประมาณ ซอฟต์แวร์มีราคาเหมาะสมกับความสามารถของซอฟต์แวร์ไม่ถูกไม่แพงเกินไป และสามารถต่อรองราคาได้ ที่มีความสำคัญในระดับมาก

ตารางที่ 4.50 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์สำเร็จรูป จำแนกตามลักษณะการเป็นบริษัทแม่กับบริษัทสาขา

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ลักษณะการเป็นบริษัทแม่กับบริษัทสาขา	
	ไม่เป็น (n = 23)	เป็น (n = 34)
สถานประกอบการของผู้ให้บริการตั้งอยู่ในพื้นที่หรือใกล้เคียงกับธุรกิจ	3.48 ปานกลาง	3.09 ปานกลาง
ผู้ให้บริการมีสาขาจำนวนมากสะดวกต่อการให้บริการ	3.26 ปานกลาง	3.21 ปานกลาง
มีการขายซอฟต์แวร์ผ่านเว็บไซต์	2.61 ปานกลาง	2.35 น้อย

จากตารางที่ 4.50 พบว่าปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์สำเร็จรูปของผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในบริษัทที่ไม่เป็นลักษณะบริษัทแม่กับบริษัทสาขา ทุกปัจจัยมีความสำคัญในระดับปานกลาง

ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์สำเร็จรูปของผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในบริษัทที่เป็นลักษณะบริษัทแม่กับบริษัทสาขา ส่วนใหญ่มีความสำคัญในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยย่อย มีการขายซอฟต์แวร์ผ่านเว็บไซต์ ที่มีความสำคัญในระดับน้อย

ตารางที่ 4.51 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์สำเร็จรูป จำแนกตามลักษณะการเป็นบริษัทแม่กับบริษัทสาขา

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ลักษณะการเป็นบริษัทแม่กับบริษัทสาขา	
	ไม่เป็น (n = 23)	เป็น (n = 34)
มีซอฟต์แวร์ตัวอย่างให้ทดลอง	4.09 มาก	3.79 มาก
พนักงานขายมีธรรมาศยดี	3.91 มาก	3.47 ปานกลาง

ตารางที่ 4.51 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์สำเร็จรูป จำแนกตามลักษณะการเป็นบริษัทแม่กับบริษัทสาขา (ต่อ)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ลักษณะการเป็นบริษัทแม่กับบริษัทสาขา	
	ไม่เป็น (n = 23)	เป็น (n = 34)
คำแนะนำเกี่ยวกับซอฟต์แวร์จากผู้อื่นที่เคยใช้บริการ	3.61 มาก	3.56 มาก
คำแนะนำเกี่ยวกับผู้ให้บริการจากผู้อื่นที่เคยใช้บริการ	3.57 มาก	3.47 ปานกลาง
ผู้ให้บริการมีเว็บไซต์ของตัวเองเพื่อนำเสนอข้อมูลของซอฟต์แวร์	3.52 มาก	3.32 ปานกลาง
มีการนำเสนอซอฟต์แวร์ผ่านงานแสดงสินค้าหรืองานสัมมนา	3.43 ปานกลาง	2.94 ปานกลาง
ผู้ให้บริการมีการแจ้งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ผ่านทางจดหมายอีเมล	3.22 ปานกลาง	2.97 ปานกลาง
มีการโฆษณาซอฟต์แวร์ตามเว็บไซต์สาธารณะ	2.91 ปานกลาง	2.88 ปานกลาง
มีการโฆษณาซอฟต์แวร์ตามนิตยสารไอที	2.96 ปานกลาง	2.82 ปานกลาง
มีการลงบทความเกี่ยวกับซอฟต์แวร์ในนิตยสารไอที	2.87 ปานกลาง	2.74 ปานกลาง

จากตารางที่ 4.51 พบว่าปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์สำเร็จรูปของผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในบริษัทที่ไม่เป็นลักษณะบริษัทแม่กับบริษัทสาขาที่มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ปัจจัยย่อยเกี่ยวกับ มีซอฟต์แวร์ตัวอย่างให้ทดลอง พนักงานขายมีอรรถาธิบาย คำแนะนำเกี่ยวกับซอฟต์แวร์จากผู้อื่นที่เคยใช้บริการ คำแนะนำเกี่ยวกับผู้ให้บริการจากผู้อื่นที่เคยใช้บริการ และผู้ให้บริการมีเว็บไซต์ของตัวเองเพื่อนำเสนอข้อมูลของซอฟต์แวร์ และปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ปัจจัยย่อยเกี่ยวกับ มีการนำเสนอ

ซอฟต์แวร์ผ่านงานแสดงสินค้าหรืองานสัมมนา ผู้ให้บริการมีการแจ้งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ผ่านทางจดหมายอีเมล มีการโฆษณาซอฟต์แวร์ตามเว็บไซต์สาธารณะ มีการโฆษณาซอฟต์แวร์ตามนิตยสาร ไอที และมีการลงบทความเกี่ยวกับซอฟต์แวร์ในนิตยสาร ไอที

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์สำเร็จรูปของผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในบริษัทที่เป็นลักษณะบริษัทแม่กับบริษัทสาขา ส่วนใหญ่มีความสำคัญในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยย่อย มีซอฟต์แวร์ตัวอย่างให้ทดลอง และคำแนะนำเกี่ยวกับซอฟต์แวร์จากผู้อื่นที่เคยใช้บริการ ที่มีความสำคัญในระดับมาก

ตารางที่ 4.52 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคลที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์สำเร็จรูป จำแนกตามลักษณะการเป็นบริษัทแม่กับบริษัทสาขา

ปัจจัยด้านบุคคล	ลักษณะการเป็นบริษัทแม่กับบริษัทสาขา	
	ไม่เป็น (n = 23)	เป็น (n = 34)
พนักงานสามารถแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้	4.57 มากที่สุด	4.68 มากที่สุด
พนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ	4.39 มาก	4.35 มาก
พนักงานมีความรู้ความสามารถและความชำนาญในลักษณะซอฟต์แวร์ที่ใช้	4.26 มาก	4.35 มาก
พนักงานให้บริการหลังการขายรวดเร็ว	4.22 มาก	4.35 มาก
พนักงานมีกิริยามารยาทและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	4.13 มาก	3.82 มาก
พนักงานให้บริการติดตั้งรวดเร็ว	3.61 มาก	3.94 มาก

จากตารางที่ 4.52 พบว่าปัจจัยย่อยด้านบุคคลที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์สำเร็จรูปของผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในบริษัททุกกลุ่ม ส่วนใหญ่มีความสำคัญในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเกี่ยวกับการที่ พนักงานสามารถแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้ ที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด

ตารางที่ 4.53 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์สำเร็จรูป จำแนกตามลักษณะการเป็นบริษัทแม่กับบริษัทสาขา

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ลักษณะการเป็นบริษัทแม่กับบริษัทสาขา	
	ไม่เป็น (n = 23)	เป็น (n = 34)
พนักงานมีอุปกรณ์นำเสนอที่ทันสมัย	3.43 ปานกลาง	3.24 ปานกลาง
พนักงานมีการแต่งกายสุภาพเรียบร้อย	3.30 ปานกลาง	3.24 ปานกลาง
สำนักงานมีขนาดใหญ่ดูมั่นคง	3.39 ปานกลาง	3.18 ปานกลาง
มีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัยได้มาตรฐาน	3.52 มาก	3.09 ปานกลาง
บรรยากาศในสำนักงานมีการตกแต่งสวยงามเป็นระเบียบ	3.09 ปานกลาง	2.74 ปานกลาง

จากตารางที่ 4.53 พบว่าปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์สำเร็จรูปของผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในบริษัทที่ไม่เป็นลักษณะบริษัทแม่กับบริษัทสาขา ส่วนใหญ่มีความสำคัญในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยย่อยเกี่ยวกับการมีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัยได้มาตรฐาน ที่มีความสำคัญในระดับมาก

ปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์สำเร็จรูปของผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในบริษัทที่เป็นลักษณะบริษัทแม่กับบริษัทสาขา ทุกปัจจัยมีความสำคัญในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.54 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์สำเร็จรูป จำแนกตามลักษณะการเป็นบริษัทแม่กับบริษัทสาขา

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ลักษณะการเป็นบริษัทแม่กับบริษัทสาขา	
	ไม่เป็น (n = 23)	เป็น (n = 34)
เก็บรักษาข้อมูลความลับของลูกค้าเป็นอย่างดี	4.74 มากที่สุด	4.68 มากที่สุด
ความรวดเร็วในการให้บริการต่างๆ เช่น การแก้ไขปัญหา	4.48 มาก	4.5 มากที่สุด
ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อกับผู้ให้บริการ	4.26 มาก	4.35 มาก
ความรวดเร็วในการประยุกต์ซอฟต์แวร์ให้มีความเหมาะสม	4.3 มาก	4.29 มาก
มีการติดตามผลการใช้งานซอฟต์แวร์	4.09 มาก	3.94 มาก

จากตารางที่ 4.54 พบว่าปัจจัยย่อยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์สำเร็จรูปของผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในบริษัทที่ไม่เป็นลักษณะบริษัทแม่กับบริษัทสาขา ส่วนใหญ่มีความสำคัญในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเกี่ยวกับการเก็บรักษาข้อมูลความลับของลูกค้าเป็นอย่างดี ที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด

ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์สำเร็จรูปของผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในบริษัทที่เป็นลักษณะบริษัทแม่กับบริษัทสาขา ส่วนใหญ่มีความสำคัญในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเกี่ยวกับการเก็บรักษาข้อมูลความลับของลูกค้าเป็นอย่างดี และความรวดเร็วในการให้บริการต่างๆ เช่นการแก้ไขปัญหา ที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด

ส่วนที่ 6.1.2 ผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์จ้างผลิตเฉพาะ ของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน จำแนกตามลักษณะการเป็นบริษัทแม่กับบริษัทสาขา

ตารางที่ 4.55 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ซอฟต์แวร์และบริการจากผู้ให้บริการซอฟต์แวร์จ้างผลิตเฉพาะ จำแนกตามลักษณะการเป็นบริษัทแม่กับบริษัทสาขา (n = 39)

ลักษณะการเป็นบริษัทแม่กับบริษัทสาขา	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เป็นลักษณะบริษัทแม่กับบริษัทสาขา	15	38.46
เป็นลักษณะบริษัทแม่กับบริษัทสาขา	24	61.54
รวม	39	100.00

จากตารางที่ 4.55 พบว่าบริษัทที่ใช้ซอฟต์แวร์และบริการจากผู้ให้บริการซอฟต์แวร์จ้างผลิตเฉพาะ ส่วนใหญ่เป็นลักษณะบริษัทแม่กับบริษัทสาขา คิดเป็นร้อยละ 61.54 และไม่เป็นลักษณะบริษัทแม่กับบริษัทสาขา คิดเป็นร้อยละ 38.46

ตารางที่ 4.56 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์จ้างผลิตเฉพาะ จำแนกตามลักษณะการเป็นบริษัทแม่กับบริษัทสาขา

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ลักษณะการเป็นบริษัทแม่กับบริษัทสาขา	
	ไม่เป็น (n = 15)	เป็น (n = 24)
ซอฟต์แวร์สามารถเชื่อมเข้ากับระบบเดิมที่มีอยู่ได้	4.53 มากที่สุด	4.71 มากที่สุด
ซอฟต์แวร์ไม่มีความผิดพลาด (bug) ในการทำงาน	4.47 มาก	4.71 มากที่สุด
ผู้ให้บริการมีการให้บริการหลังการขาย	4.47 มาก	4.63 มากที่สุด
ผู้ให้บริการมีประสบการณ์	4.67 มากที่สุด	4.46 มาก

ตารางที่ 4.56 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์จ้างผลิตเฉพาะ จำแนกตามลักษณะการเป็นบริษัทแม่กับบริษัทสาขา (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ลักษณะการเป็นบริษัทแม่กับบริษัทสาขา	
	ไม่เป็น (n = 15)	เป็น (n = 24)
ผู้ให้บริการมีการรับประกัน	4.13 มาก	4.38 มาก
ซอฟต์แวร์สามารถใช้งานได้ง่าย	4.20 มาก	4.17 มาก
ผู้ให้บริการมีคู่มือการใช้งานที่ละเอียดครบถ้วนให้	3.80 มาก	4.17 มาก
ผู้ให้บริการมีชื่อเสียงเฉพาะด้านซอฟต์แวร์ที่ใช้	3.93 มาก	3.96 มาก
ผู้ให้บริการมีการให้บริการฝึกอบรม	3.60 มาก	4.17 มาก
ซอฟต์แวร์สามารถอัปเดตได้	3.73 มาก	3.83 มาก
มีรายชื่อลูกค้าอ้างอิง	3.53 มาก	3.92 มาก

จากตารางที่ 4.56 พบว่าปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์จ้างผลิตเฉพาะของผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในบริษัทที่ไม่เป็นลักษณะบริษัทแม่กับบริษัทสาขาส่วนใหญ่มีความสำคัญในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเกี่ยวกับ ซอฟต์แวร์สามารถเชื่อมเข้ากับระบบเดิมที่มีอยู่ได้ และผู้ให้บริการมีประสบการณ์ ที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์จ้างผลิตเฉพาะของผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในบริษัทที่เป็นลักษณะบริษัทแม่กับบริษัทสาขา ส่วนใหญ่มีความสำคัญในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเกี่ยวกับ ซอฟต์แวร์สามารถเชื่อมเข้ากับระบบเดิมที่มีอยู่ได้ ซอฟต์แวร์ไม่มีความผิดพลาด (bug) ในการทำงาน และผู้ให้บริการมีการให้บริการหลังการขาย ที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด

ตารางที่ 4.57 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์จ้างผลิตเฉพาะ จำแนกตามลักษณะการเป็นบริษัทแม่กับบริษัทสาขา

ปัจจัยด้านราคา	ลักษณะการเป็นบริษัทแม่กับบริษัทสาขา	
	ไม่เป็น (n = 15)	เป็น (n = 24)
ราคาอยู่ในงบประมาณ	4.00 มาก	4.25 มาก
บริการหลังการขายมีราคาถูกกว่าผู้ให้บริการรายอื่น	4.00 มาก	3.79 มาก
สามารถต่อรองราคาได้	3.67 มาก	3.75 มาก
บริการพัฒนาซอฟต์แวร์มีราคาถูกกว่าผู้ให้บริการรายอื่น	3.60 มาก	3.71 มาก
มีการให้ระยะเวลาสินเชื่อ (ให้เครดิต)	3.53 มาก	3.50 มาก
มีการให้ส่วนลดปริมาณจากการซื้อในปริมาณมาก	3.27 ปานกลาง	3.46 ปานกลาง

จากตารางที่ 4.57 พบว่าปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์จ้างผลิตเฉพาะของผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในทุกกลุ่มบริษัท ส่วนใหญ่มีความสำคัญในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเกี่ยวกับ มีการให้ส่วนลดปริมาณจากการซื้อในปริมาณมาก ที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.58 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์จ้างผลิตเฉพาะ จำแนกตามลักษณะการเป็นบริษัทแม่กับบริษัทสาขา

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ลักษณะการเป็นบริษัทแม่กับบริษัทสาขา	
	ไม่เป็น (n = 15)	เป็น (n = 24)
สถานประกอบการของผู้ให้บริการตั้งอยู่ในพื้นที่หรือใกล้เคียงกับธุรกิจ	4.20 มาก	4.00 มาก
ผู้ให้บริการมีสาขาจำนวนมากสะดวกต่อการให้บริการ	3.47 ปานกลาง	3.63 มาก

จากตารางที่ 4.58 พบว่าปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์จ้างผลิตเฉพาะของผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในบริษัทที่ไม่เป็นลักษณะบริษัทแม่กับบริษัทสาขา ที่มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ปัจจัยย่อยเกี่ยวกับ สถานประกอบการของผู้ให้บริการตั้งอยู่ในพื้นที่หรือใกล้เคียงกับธุรกิจ และปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ปัจจัยย่อยเกี่ยวกับการที่ ผู้ให้บริการมีสาขาจำนวนมากสะดวกต่อการให้บริการ

ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์จ้างผลิตเฉพาะของผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในบริษัทที่เป็นลักษณะบริษัทแม่กับบริษัทสาขา ทุกปัจจัยมีความสำคัญในระดับมาก

ตารางที่ 4.59 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์จ้างผลิตเฉพาะ จำแนกตามลักษณะการเป็นบริษัทแม่กับบริษัทสาขา

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ลักษณะการเป็นบริษัทแม่กับบริษัทสาขา	
	ไม่เป็น (n = 15)	เป็น (n = 24)
คำแนะนำเกี่ยวกับผู้ให้บริการจากผู้อื่นที่เคยใช้บริการ	3.80 มาก	3.58 มาก
มีการนำเสนอซอฟต์แวร์ที่เคยพัฒนา	3.67 มาก	3.63 มาก

ตารางที่ 4.59 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์จ้างผลิตเฉพาะ จำแนกตามลักษณะการเป็นบริษัทแม่กับบริษัทสาขา (ต่อ)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ลักษณะการเป็นบริษัทแม่กับบริษัทสาขา	
	ไม่เป็น (n = 15)	เป็น (n = 24)
ผู้ให้บริการมีเว็บไซต์ของตัวเองเพื่อนำเสนอข้อมูลการให้บริการ	3.67 มาก	3.38 ปานกลาง
พนักงานขายมีอรรถยาศีดี	3.60 มาก	3.33 ปานกลาง
มีการนำเสนอการให้บริการผ่านงานแสดงสินค้าหรืองานสัมมนา	3.33 ปานกลาง	3.13 ปานกลาง
มีการลงบทความเกี่ยวกับผู้ให้บริการในนิตยสารไอที	3.27 ปานกลาง	3.13 ปานกลาง
มีการโฆษณาผู้ให้บริการตามนิตยสารไอที	3.13 ปานกลาง	2.92 ปานกลาง
มีการโฆษณาผู้ให้บริการตามเว็บไซต์สาธารณะ	2.93 ปานกลาง	2.88 ปานกลาง
ผู้ให้บริการมีการแจ้งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบริการใหม่ผ่านทางจดหมายอีเมลล์	2.93 ปานกลาง	2.79 ปานกลาง

จากตารางที่ 4.59 พบว่าปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์จ้างผลิตเฉพาะของผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในบริษัทที่ไม่เป็นลักษณะบริษัทแม่กับบริษัทสาขา ส่วนใหญ่มีความสำคัญในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยย่อยเกี่ยวกับ คำแนะนำเกี่ยวกับผู้ให้บริการจากผู้อื่นที่เคยใช้บริการ มีการนำเสนอซอฟต์แวร์ที่เคยพัฒนา ผู้ให้บริการมีเว็บไซต์ของตัวเองเพื่อนำเสนอข้อมูลการให้บริการ และพนักงานขายมีอรรถยาศีดี ที่มีความสำคัญในระดับมาก

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์จ้างผลิตเฉพาะของผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในบริษัทที่เป็นลักษณะบริษัทแม่กับบริษัทสาขา ส่วนใหญ่มีความสำคัญในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยย่อยเกี่ยวกับ ค่าแนะนำเกี่ยวกับผู้ให้บริการจากผู้อื่นที่เคยใช้บริการ และมีการนำเสนอซอฟต์แวร์ที่เคยพัฒนา ที่มีความสำคัญในระดับมาก

ตารางที่ 4.60 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคลที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์จ้างผลิตเฉพาะ จำแนกตามลักษณะการเป็นบริษัทแม่กับบริษัทสาขา

ปัจจัยด้านบุคคล	ลักษณะการเป็นบริษัทแม่กับบริษัทสาขา	
	ไม่เป็น (n = 15)	เป็น (n = 24)
พนักงานสามารถแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้	4.67 มากที่สุด	4.63 มากที่สุด
พนักงานมีความรู้ความสามารถและความชำนาญในลักษณะซอฟต์แวร์ที่ใช้	4.53 มากที่สุด	4.54 มากที่สุด
พนักงานให้บริการหลังการขายรวดเร็ว	4.47 มาก	4.58 มากที่สุด
พนักงานให้บริการพัฒนารวดเร็ว	4.47 มาก	4.46 มาก
พนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ	4.27 มาก	4.25 มาก
พนักงานมีกิริยามารยาทและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	4.27 มาก	4.21 มาก

จากตารางที่ 4.60 พบว่าปัจจัยย่อยด้านบุคคลที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์จ้างผลิตเฉพาะของผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในบริษัทที่ไม่เป็นลักษณะบริษัทแม่กับบริษัทสาขา ส่วนใหญ่มีความสำคัญในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเกี่ยวกับการที่ พนักงานสามารถแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้ และพนักงานมีความรู้ความสามารถและความชำนาญในลักษณะซอฟต์แวร์ที่ใช้ ที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด

ปัจจัยย่อยด้านบุคคลที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์จ้างผลิตเฉพาะของผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในบริษัทที่เป็นลักษณะบริษัทแม่กับบริษัทสาขา ที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ปัจจัยย่อยเกี่ยวกับการที่ พนักงานสามารถแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้ พนักงานมีความรู้ความสามารถและความชำนาญในลักษณะซอฟต์แวร์ที่ใช้ และพนักงานให้บริการหลังการขายรวดเร็ว และปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ปัจจัยย่อยเกี่ยวกับการที่ พนักงานให้บริการพัฒนารวดเร็ว พนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ และพนักงานมีกิริยามารยาทและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี

ตารางที่ 4.61 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์จ้างผลิตเฉพาะ จำแนกตามลักษณะการเป็นบริษัทแม่กับบริษัทสาขา

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ลักษณะการเป็นบริษัทแม่กับบริษัทสาขา	
	ไม่เป็น (n = 15)	เป็น (n = 24)
พนักงานมีการแต่งกายสุภาพเรียบร้อย	3.33 ปานกลาง	3.42 ปานกลาง
สำนักงานมีขนาดใหญ่ดูมั่นคง	3.40 ปานกลาง	3.17 ปานกลาง
พนักงานมีอุปกรณ์นำเสนอที่ทันสมัย	3.33 ปานกลาง	3.04 ปานกลาง
มีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัยได้มาตรฐาน	3.53 มาก	2.92 ปานกลาง
บรรยากาศในสำนักงานมีการตกแต่งสวยงามเป็นระเบียบ	3.27 ปานกลาง	2.79 ปานกลาง

จากตารางที่ 4.61 พบว่าปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์จ้างผลิตเฉพาะของผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในบริษัทที่ไม่เป็นลักษณะบริษัทแม่กับบริษัทสาขา ส่วนใหญ่มีความสำคัญในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยย่อย มีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัยได้มาตรฐาน ที่มีความสำคัญในระดับมาก

ปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์จ้างผลิตเฉพาะของผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในบริษัทที่เป็นลักษณะบริษัทแม่กับบริษัทสาขา ทุกปัจจัยมีความสำคัญในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.62 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์จ้างผลิตเฉพาะ จำแนกตามลักษณะการเป็นบริษัทแม่กับบริษัทสาขา

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ลักษณะการเป็นบริษัทแม่กับบริษัทสาขา	
	ไม่เป็น (n = 15)	เป็น (n = 24)
เก็บรักษาข้อมูลความลับของลูกค้าเป็นอย่างดี	4.73 มากที่สุด	4.63 มากที่สุด
ความรวดเร็วในการพัฒนาซอฟต์แวร์เงินแล้วเสร็จ	4.60 มากที่สุด	4.67 มากที่สุด
ความรวดเร็วในการให้บริการต่างๆ เช่น การแก้ไขปัญหา	4.60 มากที่สุด	4.58 มากที่สุด
ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อกับผู้ให้บริการ	4.27 มาก	4.25 มาก
มีการติดตามผลการใช้งานซอฟต์แวร์	4.00 มาก	4.21 มาก

จากตารางที่ 4.62 พบว่าปัจจัยย่อยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์จ้างผลิตเฉพาะของผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในทุกกลุ่มบริษัท ส่วนใหญ่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด ยกเว้นปัจจัยย่อย ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อกับผู้ให้บริการ และมีการติดตามผลการใช้งานซอฟต์แวร์ ที่มีความสำคัญในระดับมาก

ส่วนที่ 6.2 ผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์ ของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน จำแนกตามงบประมาณในการลงทุนด้านซอฟต์แวร์

ส่วนที่ 6.2.1 ผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์ สำเร็จรูป ของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน จำแนกตามงบประมาณในการลงทุนด้านซอฟต์แวร์

ตารางที่ 4.63 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ซอฟต์แวร์และบริการจากผู้ให้บริการซอฟต์แวร์สำเร็จรูป จำแนกตามงบประมาณในการลงทุนด้านซอฟต์แวร์ (n = 57)

งบประมาณในการลงทุนด้านซอฟต์แวร์	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 200,000 บาท	28	49.12
ตั้งแต่ 200,000 บาทขึ้นไป	29	50.88
รวม	57	100.00

จากตารางที่ 4.63 พบว่าบริษัทที่ใช้ซอฟต์แวร์และบริการจากผู้ให้บริการซอฟต์แวร์สำเร็จรูป ส่วนใหญ่มีงบประมาณในการลงทุนด้านซอฟต์แวร์ตั้งแต่ 200,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 50.88 และมีงบประมาณในการลงทุนด้านซอฟต์แวร์น้อยกว่า 200,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 49.12

ตารางที่ 4.64 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์สำเร็จรูป จำแนกตามงบประมาณในการลงทุนด้านซอฟต์แวร์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	งบประมาณในการลงทุนด้านซอฟต์แวร์	
	น้อยกว่า 200,000 บาท (n = 28)	ตั้งแต่ 200,000 บาท ขึ้นไป (n = 29)
ซอฟต์แวร์มีฟังก์ชันตรงตามความต้องการ	4.54 มากที่สุด	4.86 มากที่สุด
ซอฟต์แวร์ไม่มีความผิดพลาด (bug) ในการทำงาน	4.29 มาก	4.90 มากที่สุด
ซอฟต์แวร์มีความยืดหยุ่นสามารถปรับเปลี่ยนให้เข้ากับการทำงานได้ง่าย	4.32 มาก	4.59 มากที่สุด
ซอฟต์แวร์สามารถเชื่อมเข้ากับระบบเดิมที่มีอยู่ได้	4.04 มาก	4.52 มากที่สุด
ผู้ให้บริการมีการให้บริการหลังการขาย	3.89 มาก	4.34 มาก
ซอฟต์แวร์สามารถใช้งานได้ง่าย	3.89 มาก	4.31 มาก
ผู้ให้บริการมีประสบการณ์	4.04 มาก	4.14 มาก
ผู้ให้บริการมีการรับประกัน	3.93 มาก	4.10 มาก
ผู้ให้บริการมีคู่มือการใช้งานที่ละเอียดครบถ้วนให้	3.64 มาก	3.97 มาก
ซอฟต์แวร์สามารถอัปเดตได้	3.64 มาก	3.93 มาก
ผู้ให้บริการมีชื่อเสียงเฉพาะด้านซอฟต์แวร์ที่ใช้	3.64 มาก	3.86 มาก

ตารางที่ 4.64 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์สำเร็จรูป จำแนกตามงบประมาณในการลงทุนด้านซอฟต์แวร์ (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	งบประมาณในการลงทุนด้านซอฟต์แวร์	
	น้อยกว่า 200,000 บาท (n = 28)	ตั้งแต่ 200,000 บาท ขึ้นไป (n = 29)
ผู้ให้บริการมีการให้บริการฝึกอบรม	3.57 มาก	3.9 มาก
ซอฟต์แวร์มีชื่อเสียง	3.54 มาก	3.76 มาก
มีรายชื่อลูกค้าอ้างอิง	3.14 ปานกลาง	3.41 ปานกลาง

จากตารางที่ 4.64 พบว่าปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์สำเร็จรูปของผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในบริษัทที่มีงบประมาณในการลงทุนด้านซอฟต์แวร์น้อยกว่า 200,000 บาท ส่วนใหญ่มีความสำคัญในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเกี่ยวกับ ซอฟต์แวร์มีฟังก์ชันตรงตามความต้องการ ที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด และปัจจัยย่อยเกี่ยวกับการ มีรายชื่อลูกค้าอ้างอิง ที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์สำเร็จรูปของผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในบริษัทที่มีงบประมาณในการลงทุนด้านซอฟต์แวร์ตั้งแต่ 200,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่มีความสำคัญในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเกี่ยวกับ ซอฟต์แวร์มีฟังก์ชันตรงตามความต้องการ ซอฟต์แวร์ไม่มีความผิดพลาด (bug) ในการทำงาน ซอฟต์แวร์มีความยืดหยุ่นสามารถปรับเปลี่ยนให้เข้ากับการทำงานได้ง่าย และซอฟต์แวร์สามารถเชื่อมเข้ากับระบบเดิมที่มีอยู่ได้ ที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด และปัจจัยย่อยเกี่ยวกับการ มีรายชื่อลูกค้าอ้างอิง ที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.65 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์สำเร็จรูป จำแนกตามงบประมาณในการลงทุนด้านซอฟต์แวร์

ปัจจัยด้านราคา	งบประมาณในการลงทุนด้านซอฟต์แวร์	
	น้อยกว่า 200,000 บาท (n = 28)	ตั้งแต่ 200,000 บาทขึ้นไป (n = 29)
ราคาอยู่ในงบประมาณ	4.18 มาก	4.41 มาก
ซอฟต์แวร์มีราคาเหมาะสมกับความสามารถของซอฟต์แวร์ไม่ถูกไม่แพงเกินไป	3.79 มาก	4.14 มาก
สามารถต่อรองราคาได้	3.46 ปานกลาง	3.52 มาก
มีการให้ระยะเวลาสินเชื่อ (ให้เครดิต)	3.32 ปานกลาง	3.59 มาก
ซอฟต์แวร์มีราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่น	3.43 ปานกลาง	3.38 ปานกลาง
มีการให้ส่วนลดปริมาณจากการซื้อในปริมาณมาก	3.29 ปานกลาง	3.52 มาก
บริการหลังการขายมีราคาถูกกว่าผู้ให้บริการรายอื่น	3.11 ปานกลาง	3.38 ปานกลาง

จากตารางที่ 4.65 พบว่าปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์สำเร็จรูปของผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในบริษัทที่มีงบประมาณในการลงทุนด้านซอฟต์แวร์น้อยกว่า 200,000 บาท ส่วนใหญ่มีความสำคัญในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยย่อยเกี่ยวกับ ราคาอยู่ในงบประมาณ และซอฟต์แวร์มีราคาเหมาะสมกับความสามารถของซอฟต์แวร์ไม่ถูกไม่แพงเกินไป ที่มีความสำคัญในระดับมาก

ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์สำเร็จรูปของผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในบริษัทที่มีงบประมาณในการลงทุนด้านซอฟต์แวร์ตั้งแต่ 200,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่มีความสำคัญในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเกี่ยวกับ ซอฟต์แวร์มีราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่น และบริการหลังการขายมีราคาถูกกว่าผู้ให้บริการรายอื่น ที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.66 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์สำเร็จรูป จำแนกตามงบประมาณในการลงทุนด้านซอฟต์แวร์

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	งบประมาณในการลงทุนด้านซอฟต์แวร์	
	น้อยกว่า 200,000 บาท (n = 28)	ตั้งแต่ 200,000 บาท ขึ้นไป (n = 29)
สถานประกอบการของผู้ให้บริการตั้งอยู่ในพื้นที่หรือใกล้เคียงกับธุรกิจ	3.18 ปานกลาง	3.31 ปานกลาง
ผู้ให้บริการมีสาขาจำนวนมากสะดวกต่อการให้บริการ	3.11 ปานกลาง	3.34 ปานกลาง
มีการขายซอฟต์แวร์ผ่านเว็บไซต์	2.43 น้อย	2.48 น้อย

จากตารางที่ 4.66 พบว่าปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์สำเร็จรูปของผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในทุกกลุ่มบริษัท ส่วนใหญ่มีความสำคัญในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยย่อยเกี่ยวกับการ มีการขายซอฟต์แวร์ผ่านเว็บไซต์ ที่มีความสำคัญในระดับน้อย

ตารางที่ 4.67 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์สำเร็จรูป จำแนกตามงบประมาณในการลงทุนด้านซอฟต์แวร์

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	งบประมาณในการลงทุนด้านซอฟต์แวร์	
	น้อยกว่า 200,000 บาท (n = 28)	ตั้งแต่ 200,000 บาท ขึ้นไป (n = 29)
มีซอฟต์แวร์ตัวอย่างให้ทดลอง	3.86 มาก	3.97 มาก
พนักงานขายมีอรรถาศัยดี	4.00 มาก	3.31 ปานกลาง

ตารางที่ 4.67 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์สำเร็จรูป จำแนกตามงบประมาณในการลงทุนด้านซอฟต์แวร์ (ต่อ)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	งบประมาณในการลงทุนด้านซอฟต์แวร์	
	น้อยกว่า 200,000 บาท (n = 28)	ตั้งแต่ 200,000 บาท ขึ้นไป (n = 29)
คำแนะนำเกี่ยวกับซอฟต์แวร์จากผู้อื่นที่เคยใช้บริการ	3.43 ปานกลาง	3.72 มาก
คำแนะนำเกี่ยวกับผู้ให้บริการจากผู้อื่นที่เคยใช้บริการ	3.36 ปานกลาง	3.66 มาก
ผู้ให้บริการมีเว็บไซต์ของตัวเองเพื่อนำเสนอข้อมูลของซอฟต์แวร์	3.21 ปานกลาง	3.59 มาก
มีการนำเสนอซอฟต์แวร์ผ่านงานแสดงสินค้าหรืองานสัมมนา	3.07 ปานกลาง	3.21 ปานกลาง
ผู้ให้บริการมีการแจ้งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ผ่านทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์	3.14 ปานกลาง	3.00 ปานกลาง
มีการโฆษณาซอฟต์แวร์ตามเว็บไซต์สาธารณะ	2.68 ปานกลาง	3.10 ปานกลาง
มีการโฆษณาซอฟต์แวร์ตามนิตยสารไอที	2.75 ปานกลาง	3.00 ปานกลาง
มีการลงบทความเกี่ยวกับซอฟต์แวร์ในนิตยสารไอที	2.71 ปานกลาง	2.86 ปานกลาง

จากตารางที่ 4.67 พบว่าปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์สำเร็จรูปของผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในบริษัทที่มีงบประมาณในการลงทุนด้านซอฟต์แวร์น้อยกว่า 200,000 บาท ส่วนใหญ่มีความสำคัญในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยย่อยเกี่ยวกับการที่ พนักงานขายมีอิทธิพล และ มีซอฟต์แวร์ตัวอย่างให้ทดลอง ที่มีความสำคัญในระดับมาก

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์สำเร็จรูปของผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในบริษัทที่มีงบประมาณในการลงทุนด้านซอฟต์แวร์ตั้งแต่ 200,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่มีความสำคัญในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยย่อยเกี่ยวกับการ มีซอฟต์แวร์ตัวอย่างให้ทดลอง คำแนะนำเกี่ยวกับซอฟต์แวร์จากผู้อื่นที่เคยใช้บริการ คำแนะนำเกี่ยวกับผู้ให้บริการจากผู้อื่นที่เคยใช้บริการ และผู้ให้บริการมีเว็บไซต์ของตัวเองเพื่อนำเสนอข้อมูลของซอฟต์แวร์ ที่มีความสำคัญในระดับมาก

ตารางที่ 4.68 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคลที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์สำเร็จรูป จำแนกตามงบประมาณในการลงทุนด้านซอฟต์แวร์

ปัจจัยด้านบุคคล	งบประมาณในการลงทุนด้านซอฟต์แวร์	
	น้อยกว่า 200,000 บาท (n = 28)	ตั้งแต่ 200,000 บาทขึ้นไป (n = 29)
พนักงานสามารถแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้	4.57 มากที่สุด	4.69 มากที่สุด
พนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ	4.29 มาก	4.45 มาก
พนักงานมีความรู้ความสามารถและความชำนาญในลักษณะซอฟต์แวร์ที่ใช้	4.25 มาก	4.38 มาก
พนักงานให้บริการหลังการขายรวดเร็ว	4.14 มาก	4.45 มาก
พนักงานมีกิริยามารยาทและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	4.11 มาก	3.79 มาก
พนักงานให้บริการติดตั้งรวดเร็ว	3.64 มาก	3.97 มาก

จากตารางที่ 4.68 พบว่าปัจจัยย่อยด้านบุคคลที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์สำเร็จรูปของผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในทุกกลุ่มบริษัท ส่วนใหญ่มีความสำคัญในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเกี่ยวกับการที่ พนักงานสามารถแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้ ที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด

ตารางที่ 4.69 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์สำเร็จรูป จำแนกตามงบประมาณในการลงทุนด้านซอฟต์แวร์

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	งบประมาณในการลงทุนด้านซอฟต์แวร์	
	น้อยกว่า 200,000 บาท (n = 28)	ตั้งแต่ 200,000 บาท ขึ้นไป (n = 29)
พนักงานมีอุปกรณ์นำเสนอที่ทันสมัย	3.25 ปานกลาง	3.38 ปานกลาง
พนักงานมีการแต่งกายสุภาพเรียบร้อย	3.21 ปานกลาง	3.31 ปานกลาง
สำนักงานมีขนาดใหญ่ดูมั่นคง	3.14 ปานกลาง	3.38 ปานกลาง
มีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัยได้มาตรฐาน	3.39 ปานกลาง	3.14 ปานกลาง
บรรยากาศในสำนักงานมีการตกแต่งสวยงามเป็นระเบียบ	2.89 ปานกลาง	2.86 ปานกลาง

จากตารางที่ 4.69 พบว่าปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์สำเร็จรูปของผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในทุกกลุ่มบริษัท ทุกปัจจัยมีความสำคัญในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.70 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์สำเร็จรูป จำแนกตามงบประมาณในการลงทุนด้านซอฟต์แวร์

ปัจจัยด้านกระบวนการ	งบประมาณในการลงทุนด้านซอฟต์แวร์	
	น้อยกว่า 200,000 บาท (n = 28)	ตั้งแต่ 200,000 บาท ขึ้นไป (n = 29)
เก็บรักษาข้อมูลความลับของลูกค้าเป็นอย่างดี	4.71 มากที่สุด	4.69 มากที่สุด
ความรวดเร็วในการให้บริการต่างๆ เช่น การแก้ไขปัญหา	4.54 มากที่สุด	4.45 มาก
ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อกับผู้ให้บริการ	4.29 มาก	4.34 มาก
ความรวดเร็วในการประยุกต์ซอฟต์แวร์ให้มีความเหมาะสม	4.32 มาก	4.28 มาก
มีการติดตามผลการใช้งานซอฟต์แวร์	4.18 มาก	3.83 มาก

จากตารางที่ 4.70 พบว่าปัจจัยย่อยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์สำเร็จรูปของผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในบริษัทที่มีงบประมาณในการลงทุนด้านซอฟต์แวร์น้อยกว่า 200,000 บาท ส่วนใหญ่มีความสำคัญในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเกี่ยวกับการเก็บรักษาข้อมูลความลับของลูกค้าเป็นอย่างดี และความรวดเร็วในการให้บริการต่างๆ เช่น การแก้ไขปัญหา ที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด

ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์สำเร็จรูปของผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในบริษัทที่มีงบประมาณในการลงทุนด้านซอฟต์แวร์ตั้งแต่ 200,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่มีความสำคัญในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเกี่ยวกับการเก็บรักษาข้อมูลความลับของลูกค้าเป็นอย่างดี ที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด

ส่วนที่ 6.2.2 ผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์จ้างผลิตเฉพาะ ของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน จำแนกตามงบประมาณในการลงทุนด้านซอฟต์แวร์

ตารางที่ 4.71 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ซอฟต์แวร์และบริการจากผู้ให้บริการซอฟต์แวร์จ้างผลิตเฉพาะ จำแนกตามงบประมาณในการลงทุนด้านซอฟต์แวร์ (n = 39)

งบประมาณในการลงทุนด้านซอฟต์แวร์	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 200,000 บาท	12	30.77
ตั้งแต่ 200,000 บาทขึ้นไป	27	69.23
รวม	39	100.00

จากตารางที่ 4.71 พบว่าบริษัทที่ใช้ซอฟต์แวร์และบริการจากผู้ให้บริการซอฟต์แวร์จ้างผลิตเฉพาะ ส่วนใหญ่มีงบประมาณในการลงทุนด้านซอฟต์แวร์ตั้งแต่ 200,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 69.23 และมีงบประมาณในการลงทุนด้านซอฟต์แวร์น้อยกว่า 200,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.77

ตารางที่ 4.72 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์จ้างผลิตเฉพาะ จำแนกตามงบประมาณในการลงทุนด้านซอฟต์แวร์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	งบประมาณในการลงทุนด้านซอฟต์แวร์	
	น้อยกว่า 200,000 บาท (n = 12)	ตั้งแต่ 200,000 บาทขึ้นไป (n = 27)
ซอฟต์แวร์สามารถเชื่อมเข้ากับระบบเดิมที่มีอยู่ได้	4.42 มาก	4.74 มากที่สุด
ซอฟต์แวร์ไม่มีความผิดพลาด (bug) ในการทำงาน	4.33 มาก	4.74 มากที่สุด
ผู้ให้บริการมีการให้บริการหลังการขาย	4.33 มาก	4.67 มากที่สุด

ตารางที่ 4.72 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์จ้างผลิตเฉพาะ จำแนกตามงบประมาณในการลงทุนด้านซอฟต์แวร์ (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	งบประมาณในการลงทุนด้านซอฟต์แวร์	
	น้อยกว่า 200,000 บาท (n = 12)	ตั้งแต่ 200,000 บาท ขึ้นไป (n = 27)
ผู้ให้บริการมีประสบการณ์	4.67 มากที่สุด	4.48 มาก
ผู้ให้บริการมีการรับประกัน	4.25 มาก	4.30 มาก
ซอฟต์แวร์สามารถใช้งานได้ง่าย	4.08 มาก	4.22 มาก
ผู้ให้บริการมีคู่มือการใช้งานที่ละเอียดครบถ้วนให้	3.67 มาก	4.19 มาก
ผู้ให้บริการมีชื่อเสียงเฉพาะด้านซอฟต์แวร์ที่ใช้	3.92 มาก	3.96 มาก
ผู้ให้บริการมีการให้บริการฝึกอบรม	3.50 มาก	4.15 มาก
ซอฟต์แวร์สามารถอัปเดตได้	3.83 มาก	3.78 มาก
มีรายชื่อลูกค้าอ้างอิง	3.50 มาก	3.89 มาก

จากตารางที่ 4.72 พบว่าปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์จ้างผลิตเฉพาะของผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในบริษัทที่มีงบประมาณในการลงทุนด้านซอฟต์แวร์น้อยกว่า 200,000 บาท ส่วนใหญ่มีความสำคัญในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเกี่ยวกับผู้ให้บริการมีประสบการณ์ ที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์จ้างผลิตเฉพาะของผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในบริษัทที่มีงบประมาณในการลงทุนด้านซอฟต์แวร์ตั้งแต่ 200,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่มีความสำคัญในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเกี่ยวกับ ซอฟต์แวร์สามารถเชื่อมเข้ากับระบบเดิมที่มีอยู่ได้ ซอฟต์แวร์ไม่มีความผิดพลาด (bug) ในการทำงาน และผู้ให้บริการมีการให้บริการหลังการขาย ที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด

ตารางที่ 4.73 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์จ้างผลิตเฉพาะ จำแนกตามงบประมาณในการลงทุนด้านซอฟต์แวร์

ปัจจัยด้านราคา	งบประมาณในการลงทุนด้านซอฟต์แวร์	
	น้อยกว่า 200,000 บาท (n = 12)	ตั้งแต่ 200,000 บาท ขึ้นไป (n = 27)
ราคายู่ในงบประมาณ	4.00 มาก	4.22 มาก
บริการหลังการขายมีราคาถูกกว่าผู้ให้บริการรายอื่น	4.00 มาก	3.81 มาก
สามารถต่อรองราคาได้	3.58 มาก	3.78 มาก
บริการพัฒนาซอฟต์แวร์มีราคาถูกกว่าผู้ให้บริการรายอื่น	3.67 มาก	3.67 มาก
มีการให้ระยะเวลาสินเชื่อ (ให้เครดิต)	3.50 มาก	3.52 มาก
มีการให้ส่วนลดปริมาณจากการซื้อในปริมาณมาก	3.25 ปานกลาง	3.44 ปานกลาง

จากตารางที่ 4.73 พบว่าปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์จ้างผลิตเฉพาะของผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในทุกกลุ่มบริษัท ส่วนใหญ่มีความสำคัญในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเกี่ยวกับการ มีการให้ส่วนลดปริมาณจากการซื้อในปริมาณมาก ที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.74 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์จ้างผลิตเฉพาะ จำแนกตามงบประมาณในการลงทุนด้านซอฟต์แวร์

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	งบประมาณในการลงทุนด้านซอฟต์แวร์	
	น้อยกว่า 200,000 บาท (n = 12)	ตั้งแต่ 200,000 บาท ขึ้นไป (n = 27)
สถานประกอบการของผู้ให้บริการตั้งอยู่ในพื้นที่หรือใกล้เคียงกับธุรกิจ	3.92 มาก	4.15 มาก
ผู้ให้บริการมีสาขาจำนวนมากสะดวกต่อการให้บริการ	3.42 ปานกลาง	3.63 มาก

จากตารางที่ 4.74 พบว่าปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์จ้างผลิตเฉพาะของผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในบริษัทที่มีงบประมาณในการลงทุนด้านซอฟต์แวร์น้อยกว่า 200,000 บาท ที่มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ปัจจัยย่อยเกี่ยวกับการที่ สถานประกอบการของผู้ให้บริการตั้งอยู่ในพื้นที่หรือใกล้เคียงกับธุรกิจ และปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ปัจจัยย่อยเกี่ยวกับการที่ ผู้ให้บริการมีสาขาจำนวนมากสะดวกต่อการให้บริการ

ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์จ้างผลิตเฉพาะของผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในบริษัทที่มีงบประมาณในการลงทุนด้านซอฟต์แวร์ตั้ง 200,000 บาทขึ้นไป ทุกปัจจัยมีความสำคัญในระดับมาก

ตารางที่ 4.75 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์จ้างผลิตเฉพาะ จำแนกตามงบประมาณในการลงทุนด้านซอฟต์แวร์

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	งบประมาณในการลงทุนด้านซอฟต์แวร์	
	น้อยกว่า 200,000 บาท (n = 12)	ตั้งแต่ 200,000 บาท ขึ้นไป (n = 27)
คำแนะนำเกี่ยวกับผู้ให้บริการจากผู้อื่นที่เคยใช้บริการ	3.42 ปานกลาง	3.78 มาก
มีการนำเสนอซอฟต์แวร์ที่เคยพัฒนา	3.33 ปานกลาง	3.78 มาก
ผู้ให้บริการมีเว็บไซต์ของตัวเองเพื่อนำเสนอข้อมูลการให้บริการ	3.50 มาก	3.48 ปานกลาง
พนักงานขายมีธรรมาภิบาล	3.75 มาก	3.30 ปานกลาง
มีการนำเสนอการให้บริการผ่านงานแสดงสินค้าหรืองานสัมมนา	3.08 ปานกลาง	3.26 ปานกลาง
มีการลงบทความเกี่ยวกับผู้ให้บริการในนิตยสารไอที	3.25 ปานกลาง	3.15 ปานกลาง
มีการโฆษณาผู้ให้บริการตามนิตยสารไอที	3.08 ปานกลาง	2.96 ปานกลาง
มีการโฆษณาผู้ให้บริการตามเว็บไซต์สาธารณะ	2.92 ปานกลาง	2.89 ปานกลาง
ผู้ให้บริการมีการแจ้งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบริการใหม่ผ่านทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์	3.00 ปานกลาง	2.78 ปานกลาง

จากตารางที่ 4.75 พบว่าปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์จ้างผลิตเฉพาะของผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในบริษัทที่มีงบประมาณในการลงทุนด้านซอฟต์แวร์น้อยกว่า 200,000 บาท ส่วนใหญ่มีความสำคัญในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยย่อย

เกี่ยวกับการที่ ผู้ให้บริการมีเว็บไซต์ของตัวเองเพื่อนำเสนอข้อมูลการให้บริการ และพนักงานขายมี อรรถยาศัยดี ที่มีความสำคัญในระดับมาก

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์จ้างผลิต เฉพาะของผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในบริษัทที่มีงบประมาณในการลงทุนด้านซอฟต์แวร์ตั้งแต่ 200,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่มีความสำคัญในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยย่อย คำแนะนำเกี่ยวกับ ผู้ให้บริการจากผู้อื่นที่เคยใช้บริการ มีการนำเสนอซอฟต์แวร์ที่เคยพัฒนา ที่มีความสำคัญในระดับ มาก

ตารางที่ 4.76 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคลที่มี ผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์จ้างผลิตเฉพาะ จำแนกตามงบประมาณในการลงทุนด้าน ซอฟต์แวร์

ปัจจัยด้านบุคคล	งบประมาณในการลงทุนด้านซอฟต์แวร์	
	น้อยกว่า 200,000 บาท (n = 12)	ตั้งแต่ 200,000 บาท ขึ้นไป (n = 27)
พนักงานสามารถแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้	4.50 มากที่สุด	4.70 มากที่สุด
พนักงานมีความรู้ความสามารถและความชำนาญใน ลักษณะซอฟต์แวร์ที่ใช้	4.33 มาก	4.63 มากที่สุด
พนักงานให้บริการหลังการขายรวดเร็ว	4.33 มาก	4.63 มากที่สุด
พนักงานให้บริการพัฒนารวดเร็ว	4.33 มาก	4.52 มากที่สุด
พนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ	3.92 มาก	4.41 มาก
พนักงานมีกิริยามารยาทและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	4.33 มาก	4.19 มาก

จากตารางที่ 4.76 พบว่าปัจจัยย่อยด้านบุคคลที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์จ้างผลิตเฉพาะของผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในบริษัทที่มีงบประมาณในการลงทุนด้านซอฟต์แวร์น้อยกว่า 200,000 บาท ส่วนใหญ่มีความสำคัญในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเกี่ยวกับการที่พนักงานสามารถแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้ ที่มีความสำคัญในระดับที่สุด

ปัจจัยย่อยด้านบุคคลที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์จ้างผลิตเฉพาะของผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในบริษัทที่มีงบประมาณในการลงทุนด้านซอฟต์แวร์ตั้งแต่ 200,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด ยกเว้นปัจจัยย่อยเกี่ยวกับ พนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ และพนักงานมีกิริยามารยาทและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ที่มีความสำคัญในระดับมาก

ตารางที่ 4.77 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์จ้างผลิตเฉพาะ จำแนกตามงบประมาณในการลงทุนด้านซอฟต์แวร์

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	งบประมาณในการลงทุนด้านซอฟต์แวร์	
	น้อยกว่า 200,000 บาท (n = 12)	ตั้งแต่ 200,000 บาทขึ้นไป (n = 27)
พนักงานมีการแต่งกายสุภาพเรียบร้อย	3.50 มาก	3.33 ปานกลาง
สำนักงานมีขนาดใหญ่ดูมั่นคง	3.50 มาก	3.15 ปานกลาง
พนักงานมีอุปกรณ์นำเสนอที่ทันสมัย	3.33 ปานกลาง	3.07 ปานกลาง
มีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัยได้มาตรฐาน	3.42 ปานกลาง	3.04 ปานกลาง
บรรยากาศในสำนักงานมีการตกแต่งสวยงามเป็นระเบียบ	3.17 ปานกลาง	2.89 ปานกลาง

จากตารางที่ 4.77 พบว่าปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์จ้างผลิตเฉพาะของผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในบริษัทที่มีงบประมาณในการลงทุนด้านซอฟต์แวร์น้อยกว่า 200,000 บาท ส่วนใหญ่มีความสำคัญในระดับ

ปานกลาง ยกเว้นปัจจัยย่อยเกี่ยวกับการที่ พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย และสำนักงานมีขนาดใหญ่ดูมั่นคง ที่มีความสำคัญในระดับมาก

ปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการ ซอฟต์แวร์จ้างผลิตเฉพาะของผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในบริษัทที่มีงบประมาณในการลงทุนด้านซอฟต์แวร์ตั้งแต่ 200,000 บาทขึ้นไป ทุกปัจจัยมีความสำคัญในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.78 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์จ้างผลิตเฉพาะ จำแนกตามงบประมาณในการลงทุนด้านซอฟต์แวร์

ปัจจัยด้านกระบวนการ	งบประมาณในการลงทุนด้านซอฟต์แวร์	
	น้อยกว่า 200,000 บาท (n = 12)	ตั้งแต่ 200,000 บาท ขึ้นไป (n = 27)
เก็บรักษาข้อมูลความลับของลูกค้าเป็นอย่างดี	4.67 มากที่สุด	4.67 มากที่สุด
ความรวดเร็วในการพัฒนาซอฟต์แวร์จนแล้วเสร็จ	4.50 มากที่สุด	4.70 มากที่สุด
ความรวดเร็วในการให้บริการต่างๆ เช่น การแก้ไขปัญหา	4.50 มากที่สุด	4.63 มากที่สุด
ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อกับผู้ให้บริการ	4.08 มาก	4.33 มาก
มีการติดตามผลการใช้งานซอฟต์แวร์	3.92 มาก	4.22 มาก

จากตารางที่ 4.78 พบว่าปัจจัยย่อยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์จ้างผลิตเฉพาะของผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในทุกกลุ่มบริษัท ส่วนใหญ่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด ยกเว้นปัจจัยย่อยเกี่ยวกับ ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อกับผู้ให้บริการ และมีการติดตามผลการใช้งานซอฟต์แวร์ ที่มีความสำคัญในระดับมาก