

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้รับเหมาไฟฟ้าในการซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้าในจังหวัดลำพูน ครั้งนี้ ผู้ศึกษาดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้รับเหมาที่รับผิดชอบติดตั้งอุปกรณ์ไฟฟ้าในจังหวัดลำพูน จำนวน 178 ตัวอย่าง ข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์ได้ผลดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้รับเหมาไฟฟ้า และข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการเลือกซื้อสินค้าอุปกรณ์ไฟฟ้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้รับเหมาไฟฟ้า

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้รับเหมาไฟฟ้าในการซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้าในจังหวัดลำพูน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของกิจการ

ประเภทของกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
บุคคลธรรมดา	112	62.9
นิติบุคคล	43	24.2
คณะบุคคล	23	12.9
รวม	178	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่ากิจการของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นบุคคลธรรมดา ร้อยละ 62.9 รองลงมาเป็นนิติบุคคล ร้อยละ 24.2 และคณะบุคคล ร้อยละ 12.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอำเภอในจังหวัดลำพูนที่
รับเหมางานไฟฟ้าบ่อยครั้งที่สุด

อำเภอ	จำนวน	ร้อยละ
อำเภอเมืองลำพูน	101	56.7
อำเภอบ้านธิ	6	3.4
อำเภอป่าซาง	19	10.7
อำเภอแม่ทา	11	6.2
อำเภอบ้านโฮ่ง	12	6.7
อำเภอทุ่งหัวช้าง	3	1.7
อำเภอลี้	14	7.9
อำเภอเวียงหนองล่อง	12	6.7
รวม	178	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับเหมางานไฟฟ้าบ่อยครั้งที่สุดที่อำเภอ
เมืองลำพูน ร้อยละ 56.7 รองลงมาคือ อำเภอป่าซาง ร้อยละ 10.7 อำเภอลี้ ร้อยละ 7.9 อำเภอบ้านโฮ่ง
ร้อยละ 6.7 อำเภอเวียงหนองล่อง ร้อยละ 6.7 อำเภอแม่ทา ร้อยละ 6.2 อำเภอบ้านธิ ร้อยละ 3.4 และ
อำเภอทุ่งหัวช้าง ร้อยละ 1.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาดำเนินการรับเหมาติดตั้งไฟฟ้า

ระยะเวลา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1 ปี	33	18.5
1 - 5 ปี	40	22.5
6 - 10 ปี	44	24.7
11 ปีขึ้นไป	61	34.3
รวม	178	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ดำเนินการรับเหมาติดตั้งไฟฟ้ามาเป็นระยะเวลา 11 ปีขึ้นไป ร้อยละ 34.3 รองลงมาคือ ระยะเวลา 6 – 10 ปี ร้อยละ 24.7 ระยะเวลา 1 – 5 ปี ร้อยละ 22.5 และระยะเวลาต่ำกว่า 1 ปี ร้อยละ 18.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนงานรับเหมาไฟฟ้าที่กิจการของผู้ตอบแบบสอบถามได้รับในแต่ละปี

จำนวนงาน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5 งาน	27	15.2
5 – 9 งาน	40	22.5
10 – 20 งาน	49	27.5
21 – 30 งาน	48	27.0
31 – 40 งาน	14	7.9
มากกว่า 40 งาน	0	0.0
รวม	178	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจำนวนงานรับเหมาไฟฟ้าที่กิจการได้รับในแต่ละปี 10 – 20 งาน ร้อยละ 27.5 รองลงมาคือ 21 – 30 งาน ร้อยละ 27.0 5 – 9 งาน ร้อยละ 22.5 และต่ำกว่า 5 งาน ร้อยละ 15.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามมูลค่าในการรับงาน (ค่าแรงและอุปกรณ์) ที่กิจการของผู้ตอบแบบสอบถามได้รับโดยเฉลี่ยต่อครั้ง

มูลค่า	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 5,000 บาท	32	18.0
5,001 – 15,000 บาท	51	28.7
15,001 – 30,000 บาท	47	26.4
30,000 – 50,000 บาท	31	17.4
มากกว่า 50,001 บาท	17	9.6
รวม	178	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีมูลค่าในการรับงานเฉลี่ยครั้งละ 5,001 – 15,000 บาท ร้อยละ 28.7 รองลงมาคือ ครั้งละ 15,001 – 30,000 บาท ร้อยละ 26.4 ครั้งละไม่เกิน 5,000 บาท ร้อยละ 18.0 ครั้งละ 30,000 – 50,000 บาท ร้อยละ 17.4 และครั้งละมากกว่า 50,001 บาท ร้อยละ 9.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้าของกิจการของผู้ตอบแบบสอบถาม

ความถี่	จำนวน	ร้อยละ
เดือนละ 1 – 2 ครั้ง	37	20.8
เดือนละ 3 – 5 ครั้ง	58	32.6
เดือนละ 6 – 8 ครั้ง	51	28.7
มากกว่าเดือนละ 8 ครั้ง	32	18.0
รวม	178	100.0

จากตารางที่ 7 พบว่ากิจการของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้าเดือนละ 3 – 5 ครั้ง ร้อยละ 32.6 รองลงมาคือ เดือนละ 6 – 8 ครั้ง ร้อยละ 28.7 เดือนละ 1 – 2 ครั้ง ร้อยละ 20.8 และมากกว่าเดือนละ 8 ครั้ง ร้อยละ 18.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตราหือชุดอุปกรณ์ปลั๊กและสวิตซ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อ

ตราหือ	จำนวน	ร้อยละ
พานาโซนิค (เนชั่นแนล) ของแท้	127	71.3
บี ทีซีโน	57	32.0
พานาโซนิค (เนชั่นแนล) ของเทียม	28	15.7
ไดอิชิ	45	25.3
วิน่า	78	43.8

หมายเหตุ : เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จากผู้ตอบแบบสอบถาม 178 คน)

จากตารางที่ 8 พบว่าตราหือชุดอุปกรณ์ปลั๊กและสวิตซ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อคือยี่ห้อพานาโซนิค (เนชั่นแนล) ของแท้ ร้อยละ 71.3 รองลงมาคือยี่ห้อวิน่า ร้อยละ 43.8 ยี่ห้อบีทีซีโน ร้อยละ 32.0 ยี่ห้อไดอิชิ ร้อยละ 25.3 และยี่ห้อพานาโซนิค (เนชั่นแนล) ของเทียม ร้อยละ 15.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตราชื้ออุปกรณ์ให้แสงสว่าง เช่น หลอดฟลูออเรสเซนต์ (หลอดนีออน), หลอดไส้, หลอดตะเกียบ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามชื้อ

ตราชื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ฟิลิปส์	124	69.7
โตชิบา	97	54.5
พานาโซนิค	54	30.3
ออสแรม	52	29.2
แลมปัดัน	69	38.8
ยี่ห้อ	10	5.6
ซิลวาเนีย	27	15.2
ไดอิชิ	26	14.6
ทั่วไป เช่น นูไลท์, พูจีแลมป์, อินเตอร์แลมป์, ทังสแลมป์ เป็นต้น	22	12.4

หมายเหตุ : เลือกตอบได้มากกว่า 1 ชื้อ (จากผู้ตอบแบบสอบถาม 178 คน)

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชื้ออุปกรณ์ให้แสงสว่างชื้อฟิลิปส์ ร้อยละ 69.7 รองลงมาคือชื้อหื้อโตชิบา ร้อยละ 54.5 ชื้อหื้อแลมปัดัน ร้อยละ 38.8 ชื้อหื้อพานาโซนิค ร้อยละ 30.3 ชื้อหื้อออสแรม ร้อยละ 29.2 ชื้อหื้อซิลวาเนีย ร้อยละ 15.2 ชื้อหื้อไดอิชิ ร้อยละ 14.6 ชื้อหื้อทั่วไป ร้อยละ 12.4 และชื้อหื้อยี่ห้อ ร้อยละ 5.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตราสัญลักษณ์ป้องกันไฟฟ้าลัดวงจรที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อ

ตราสัญลักษณ์	จำนวน	ร้อยละ
พานาโซนิค (เนชั่นแนล)	83	46.6
บี ทีซีโน	50	28.1
พานาโซนิค (เนชั่นแนล) ของเทียม	20	11.2
ลูมิโน	35	19.7
กัตเอาท์ซ้าง แท้	99	55.6
สแควร์ ดี	83	46.6
กัตเอาท์ซ้าง ของเทียม	17	9.6
มิตซูบิชิ	14	7.9
เซฟ ที คัท	66	37.1

หมายเหตุ : เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จากผู้ตอบแบบสอบถาม 178 คน)

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้ออุปกรณ์ป้องกันไฟฟ้าลัดวงจรยี่ห้อซ้างของแท้ ร้อยละ 55.6 รองลงมาคือ ยี่ห้อพานาโซนิค ร้อยละ 46.6 ยี่ห้อสแควร์ ดี ร้อยละ 46.6 ยี่ห้อเซฟ ที คัท ร้อยละ 37.1 ยี่ห้อบี ทีซีโน ร้อยละ 28.1 ยี่ห้อลูมิโน ร้อยละ 19.7 ยี่ห้อพานาโซนิคของเทียม ร้อยละ 11.2 ยี่ห้อซ้างของเทียม ร้อยละ 9.6 และยี่ห้อมิตซูบิชิ ร้อยละ 7.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อ ตรายี่ห้ออุปกรณ์ไฟฟ้า

เหตุผล	จำนวน	ร้อยละ
มีเครื่องหมาย มอก.	135	75.8
ตรายี่ห้อที่มีชื่อเสียง	34	19.1
เป็นที่นิยมของผู้บริโภค	87	48.9
มีชนิดและขนาดให้เลือกหลากหลาย	49	27.5
สินค้าได้มาตรฐาน	128	71.9
ราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่น	20	11.2
เห็นจากการโฆษณา	5	2.8

หมายเหตุ : เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จากผู้ตอบแบบสอบถาม 178 คน)

จากตารางที่ 11 พบว่าเหตุผลที่ใช้ในการเลือกซื้อยี่ห้ออุปกรณ์ไฟฟ้าของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คือ มีเครื่องหมาย มอก. ร้อยละ 75.8 รองลงมาคือ สินค้าได้มาตรฐาน ร้อยละ 71.9 เป็นที่นิยมของผู้บริโภค ร้อยละ 48.9 มีชนิดและขนาดให้เลือกหลากหลาย ร้อยละ 27.5 ตรายี่ห้อที่มีชื่อเสียง ร้อยละ 19.1 ราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่น ร้อยละ 11.2 และเห็นจากการโฆษณา ร้อยละ 2.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลมากที่สุด ในการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้า

บุคคลที่มีอิทธิพล	จำนวน	ร้อยละ
ตัดสินใจด้วยตนเอง	57	32.0
ร้านค้าแนะนำ	12	6.7
เจ้าของบ้านหรือลูกค้า	64	36.0
ผู้ร่วมงาน (ทีมช่างไฟฟ้า)	13	7.3
สถาปนิก	9	5.1
วิศวกร	12	6.7
ฝ่ายจัดซื้อ	4	2.2
ผู้จัดการโครงการ	7	3.9
รวม	178	100.0

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าบุคคลที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้าคือ เจ้าของบ้านหรือลูกค้า ร้อยละ 36.0 รองลงมาคือตัวผู้ตอบแบบสอบถามเอง ร้อยละ 32.0 ผู้ร่วมงาน ร้อยละ 7.3 ร้านค้าแนะนำ ร้อยละ 6.7 วิศวกร ร้อยละ 6.7 สถาปนิก ร้อยละ 5.1 ผู้จัดการโครงการ ร้อยละ 3.9 และฝ่ายจัดซื้อ ร้อยละ 2.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยสำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ในการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้า

ปัจจัย	จำนวน	ร้อยละ
คุณภาพของสินค้า (ตราหือของสินค้า ความสวยงาม ความปลอดภัยในการใช้งาน)	144	80.9
ราคาของสินค้า (ระดับราคาสินค้า ส่วนลดพิเศษหรือเครดิต)	21	11.8
ร้านค้า (มีชื่อเสียง ทำเลที่ตั้งเดินทางไป-มาสะดวก สถานที่จอดรถสะดวกสบาย)	12	6.7
การส่งเสริมการตลาด (การโฆษณา การจัดโปรโมชั่น การบริการของพนักงานขาย)	1	0.6
รวม	178	100.0

จากตารางที่ 13 พบว่าในการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้า (ตราหือของสินค้า ความสวยงาม ความปลอดภัยในการใช้งาน) ร้อยละ 80.9 รองลงมาคือ ราคาสินค้า (ระดับราคาสินค้า ส่วนลดพิเศษหรือเครดิต) ร้อยละ 11.8 ร้านค้า (มีชื่อเสียง ทำเลที่ตั้งเดินทางไป-มาสะดวก สถานที่จอดรถสะดวกสบาย) ร้อยละ 6.7 และ การส่งเสริมการตลาด (การโฆษณา การจัดโปรโมชั่น การบริการของพนักงานขาย) ร้อยละ 0.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเป้าหมายหลักของกิจการ

เป้าหมาย	จำนวน	ร้อยละ
เน้นคุณภาพของงาน เพื่อให้ได้งานที่เป็นมาตรฐาน	124	69.7
มุ่งประหยัดค่าใช้จ่าย เพื่อลดต้นทุนต่ำสุด	29	16.3
มุ่งสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว	25	14.0
รวม	178	100.0

จากตารางที่ 14 พบว่าเป้าหมายหลักในการดำเนินกิจการของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ เน้นคุณภาพของงาน เพื่อให้ได้งานที่เป็นมาตรฐาน ร้อยละ 69.7 รองลงมาคือ มุ่งประหยัดค่าใช้จ่าย เพื่อลดต้นทุนต่ำสุด ร้อยละ 16.3 และมุ่งสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ร้อยละ 14.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะในการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้า

ลักษณะการตัดสินใจ	จำนวน	ร้อยละ
การตัดสินใจซื้อ โดยบุคคลเพียงคนเดียว	87	48.9
การตัดสินใจซื้อ ร่วมกันของคนในองค์กร	91	51.1
รวม	178	100.0

จากตารางที่ 15 พบว่าลักษณะในการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้าของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ การตัดสินใจซื้อ ร่วมกันของคนในองค์กร ร้อยละ 51.1 รองลงมาคือ การตัดสินใจซื้อ โดยบุคคลเพียงคนเดียว ร้อยละ 48.9

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้รับเหมาไฟฟ้าในการซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้าในจังหวัดลำพูน
ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญ และ
ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้า

ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					จำนวน รวม	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)				
สินค้ามีคุณภาพดีได้ มาตรฐาน	104 (58.4)	55 (30.9)	19 (10.7)	-	-	178	4.48	มาก	1
มีเครื่องหมายรับรอง มาตรฐาน	95 (53.4)	67 (37.6)	15 (8.4)	1 (0.6)	-	178	4.44	มาก	2
ความมีชื่อเสียงของ ตรายี่ห้อ	50 (28.1)	88 (49.4)	35 (19.7)	4 (2.2)	1 (0.6)	178	4.02	มาก	11
เป็นสินค้าของแท้100%	76 (42.7)	67 (37.6)	34 (19.1)	1 (0.6)	-	178	4.22	มาก	5
รูปแบบและดีไซน์ของสินค้า มีความสวยงาม ทันสมัย	55 (30.9)	74 (41.6)	47 (26.4)	2 (1.1)	-	178	4.02	มาก	11
สินค้ามีความทนทาน มีอายุ การใช้งานที่ยาวนาน	94 (52.8)	66 (37.1)	18 (10.1)	-	-	178	4.43	มาก	3
บรรจุภัณฑ์มีความแข็งแรง ทนทาน	73 (41.0)	70 (39.3)	30 (16.9)	5 (2.8)	-	178	4.19	มาก	7
บรรจุภัณฑ์มีรายละเอียดของ สินค้า	55 (30.9)	83 (46.6)	36 (20.2)	3 (1.7)	1 (0.6)	178	4.06	มาก	10
อุปกรณ์ไฟฟ้ามีหลาย รูปแบบให้เลือก	61 (34.3)	87 (48.9)	27 (15.2)	3 (1.7)	-	178	4.16	มาก	9
อุปกรณ์ไฟฟ้ามีหลายขนาด ให้เลือก	59 (33.1)	95 (53.4)	21 (11.8)	3 (1.7)	-	178	4.18	มาก	8
มีการรับประกันสินค้า	91 (51.1)	57 (32.0)	23 (12.9)	5 (2.8)	2 (1.1)	178	4.29	มาก	4

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญ และค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้า (ต่อ)

ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					จำนวนรวม	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)				
การบริการหลังการขาย	86 (48.3)	51 (28.7)	33 (18.5)	8 (4.5)	-	178	4.21	มาก	6

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องสินค้ามีคุณภาพดีได้มาตรฐาน รองลงมาคือ เรื่องมีเครื่องหมายรับรองมาตรฐาน และเรื่องสินค้ามีความทนทาน มีอายุการใช้งานที่ยาวนาน

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญ และค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้า

ด้านราคา	ระดับความสำคัญ					จำนวนรวม	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)				
มีหลายระดับราคาให้เลือกตามคุณภาพสินค้า	48 (27.0)	94 (52.8)	35 (19.7)	1 (0.6)	-	178	4.06	มาก	2
ราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่น	28 (15.7)	74 (41.6)	65 (36.5)	6 (3.4)	5 (2.8)	178	3.64	มาก	5
กำหนดราคามีความเป็นมาตรฐาน	59 (33.1)	82 (46.1)	34 (19.1)	3 (1.7)	-	178	4.11	มาก	1
มีส่วนลด ตามปริมาณการซื้อ	52 (29.2)	70 (39.3)	40 (22.5)	12 (6.7)	4 (2.2)	178	3.87	มาก	3
มีส่วนลดการค้า	39 (21.9)	71 (39.9)	50 (28.1)	13 (7.3)	5 (2.8)	178	3.71	มาก	4

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องกำหนดราคามีความเป็นมาตรฐาน รองลงมาคือ เรื่องมีหลายระดับราคาให้เลือกตามคุณภาพสินค้า และเรื่องมีส่วนลดตามปริมาณการซื้อ

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญ และค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้า

ด้านการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ					จำนวนรวม	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)				
สถานที่จำหน่ายอยู่ใกล้บ้าน	56 (31.5)	69 (38.8)	39 (21.9)	13 (7.3)	1 (0.6)	178	3.93	มาก	2
สถานที่จำหน่ายอยู่ใกล้ที่ทำงาน	33 (18.5)	74 (41.6)	50 (28.1)	17 (9.6)	4 (2.2)	178	3.65	มาก	6
สถานที่จำหน่ายเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าอย่างเป็นทางการ	47 (26.4)	74 (41.6)	47 (26.4)	8 (4.5)	2 (1.1)	178	3.88	มาก	3
สถานที่จำหน่ายมีสินค้าที่จำหน่ายครบชนิด	83 (46.6)	65 (36.5)	23 (12.9)	6 (3.4)	1 (0.6)	178	4.25	มาก	1
มีการตกแต่งสถานที่จำหน่าย จัดสินค้าเป็นหมวดหมู่ และ สะอาดตา	46 (25.8)	75 (42.1)	45 (25.3)	11 (6.2)	1 (0.6)	178	3.87	มาก	4
ความสัมพันธ์ ความสนิทสนมกับตัวแทนจำหน่าย	45 (25.3)	75 (42.1)	42 (23.6)	14 (7.9)	1 (1.1)	178	3.83	มาก	5

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องสถานที่จำหน่ายมีสินค้าที่จำหน่ายครบชนิด รองลงมาคือ เรื่องสถานที่จำหน่ายอยู่ใกล้บ้าน และเรื่องสถานที่จำหน่ายเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าอย่างเป็นทางการ

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญ และค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้า

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ					จำนวน รวม	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)				
การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์, วิทยุ	26 (14.6)	46 (25.8)	71 (39.9)	25 (14.0)	10 (5.6)	178	3.30	ปานกลาง	5
การเป็นผู้สนับสนุน กิจกรรมทางสังคม เช่น การกีฬา การกุศล	11 (6.2)	66 (37.1)	66 (37.1)	24 (13.5)	11 (6.2)	178	3.24	ปานกลาง	6
การลงบทความ ข่าวสาร ในสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ	6 (3.4)	57 (32.0)	68 (38.2)	35 (19.7)	12 (6.7)	178	3.06	ปานกลาง	8
การเผยแพร่เอกสาร แผ่น พับข้อมูลสินค้า	18 (10.1)	42 (23.6)	64 (36.0)	35 (19.7)	19 (10.7)	178	3.03	ปานกลาง	10
การจัดส่งแคตตาล็อกไปยัง ที่บ้าน/ที่ทำงาน	14 (7.9)	46 (25.8)	55 (30.9)	38 (21.3)	25 (14.0)	178	2.92	ปานกลาง	11
การมีข้อมูลรายละเอียด สินค้า ณ จุดขาย	45 (25.3)	66 (37.1)	50 (28.1)	9 (5.1)	8 (4.5)	178	3.74	มาก	3
การจัดโปรโมชั่นจัด รายการลดราคา	35 (19.7)	56 (31.5)	49 (27.5)	27 (15.2)	11 (6.2)	178	3.43	ปานกลาง	4
การจัดโปรโมชั่นชิงโชค ของรางวัล	25 (14.0)	38 (21.3)	56 (31.5)	37 (20.8)	22 (12.4)	178	3.04	ปานกลาง	9
การมีของแถม ร่วมกับ สินค้า	35 (19.7)	42 (23.6)	51 (28.7)	28 (15.7)	22 (12.4)	178	3.22	ปานกลาง	7
พนักงานขาย มีความรู้/ ความสามารถใน การแนะนำสินค้า	74 (41.6)	57 (32.0)	45 (25.3)	2 (1.1)	-	178	4.14	มาก	2
อรรถาธิบายของพนักงานขาย	83 (46.6)	62 (34.8)	30 (16.9)	3 (1.7)	-	178	4.26	มาก	1

จากตารางที่ 19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในเรื่องอรรถาธิบายของพนักงานขาย เรื่องพนักงานขายมีความรู้/ความสามารถในการแนะนำสินค้า และเรื่องการมีข้อมูลรายละเอียดสินค้า ณ จุดขาย ในระดับมาก ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆ ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญ และค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้า

ด้านสิ่งแวดล้อม	ระดับความสำคัญ					จำนวนรวม	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)				
ภาวะทางเศรษฐกิจของประเทศ	27 (15.17)	71 (39.89)	49 (27.53)	9 (5.1)	22 (12.36)	178	3.40	ปานกลาง	3
ภาวะสภาพทางการเมืองของประเทศ	11 (6.2)	61 (34.3)	68 (38.2)	14 (7.9)	24 (13.5)	178	3.12	ปานกลาง	5
แนวโน้มของราคาอุปกรณ์ไฟฟ้า	33 (18.5)	80 (44.9)	47 (26.4)	12 (6.7)	6 (3.4)	178	3.69	มาก	2
ระดับอัตราดอกเบี้ยของสถาบันทางการเงิน	24 (13.5)	69 (38.8)	46 (25.8)	15 (8.4)	24 (13.5)	178	3.30	ปานกลาง	4
การรณรงค์ให้ใช้อุปกรณ์ประหยัดพลังงานของรัฐบาล	50 (28.1)	78 (43.8)	38 (21.3)	7 (3.9)	5 (2.8)	178	3.90	มาก	1

จากตารางที่ 20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านสิ่งแวดล้อมในเรื่องการรณรงค์ให้ใช้อุปกรณ์ประหยัดพลังงานของรัฐบาล และเรื่องแนวโน้มของราคาอุปกรณ์ไฟฟ้า ในระดับมาก ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆ ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญ และค่าเฉลี่ยของปัจจัยภายในองค์กรที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้า

ปัจจัยภายในองค์กร	ระดับความสำคัญ					จำนวนรวม	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)				
นโยบายในการจัดซื้อของกิจการ	41 (23.0)	71 (39.9)	56 (31.5)	7 (3.9)	3 (1.7)	178	3.79	มาก	2
เป้าหมายและวัตถุประสงค์ของกิจการ	34 (19.1)	87 (48.9)	49 (27.5)	7 (3.9)	1 (0.6)	178	3.82	มาก	1

จากตารางที่ 21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยภายในองค์กรทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดได้แก่ เรื่องเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของกิจการ รองลงมาคือ เรื่องนโยบายในการจัดซื้อของกิจการ

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญ และค่าเฉลี่ยของปัจจัยระหว่างบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้า

ปัจจัยระหว่างบุคคล	ระดับความสำคัญ					จำนวนรวม	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)				
ความคิดเห็นของสถาปนิก/วิศวกร	42 (23.6)	83 (46.6)	44 (24.7)	4 (2.2)	5 (2.8)	178	3.86	มาก	3
ความคิดเห็นของผู้ร่วมงาน (ทีมช่างไฟฟ้า)	50 (28.1)	89 (50.0)	29 (16.3)	5 (2.8)	5 (2.8)	178	3.98	มาก	2
ความคิดเห็นของเจ้าของบ้าน/ลูกค้า	82 (46.1)	61 (34.3)	31 (17.4)	3 (1.7)	1 (0.6)	178	4.24	มาก	1
ความคิดเห็นของพนักงานขาย/ร้านค้า	29 (16.3)	76 (42.7)	51 (28.7)	18 (10.1)	4 (2.2)	178	3.61	มาก	4

จากตารางที่ 22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยระหว่างบุคคลทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องความคิดเห็นของเจ้าของบ้าน/ลูกค้า รองลงมาคือ เรื่องความคิดเห็นของผู้ร่วมงาน (ทีมช่างไฟฟ้า) และเรื่องความคิดเห็นของสถาปนิก/วิศวกร

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญ และค่าเฉลี่ยของปัจจัยเฉพาะบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้า

ปัจจัยเฉพาะบุคคล	ระดับความสำคัญ					จำนวนรวม	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)				
ประสบการณ์ในการติดตั้งไฟฟ้า	82 (46.1)	67 (37.6)	28 (15.7)	1 (0.6)	-	178	4.29	มาก	1
ทักษะ/ความรู้ที่ได้จากการศึกษาในสาขาวิชาชีพช่างไฟฟ้า	82 (46.1)	58 (32.6)	31 (17.4)	4 (2.2)	3 (1.7)	178	4.19	มาก	2

จากตารางที่ 23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเฉพาะบุคคลทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด ได้แก่ เรื่องประสบการณ์ในการติดตั้งไฟฟ้า รองลงมาคือ เรื่องทักษะ/ความรู้ที่ได้จากการศึกษาในสาขาวิชาชีพช่างไฟฟ้า

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้รับเหมาไฟฟ้าในการซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้าในจังหวัดลำพูน
จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินงานรับเหมาไฟฟ้า

ตารางที่ 24 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ
อุปกรณ์ไฟฟ้า จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินงานรับเหมาติดตั้งไฟฟ้าของกิจการของผู้ตอบ
แบบสอบถาม

ด้านผลิตภัณฑ์	ระยะเวลาดำเนินงาน				ค่าเฉลี่ย รวม แปลผล
	ต่ำกว่า 1 ปี (n = 33)	1 – 5 ปี (n = 40)	6 – 10 ปี (n = 44)	11 ปีขึ้นไป (n = 61)	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	
สินค้ามีคุณภาพดีได้มาตรฐาน	4.48 มาก	4.43 มาก	4.55 มากที่สุด	4.46 มาก	4.48 มาก
มีเครื่องหมายรับรองมาตรฐาน	4.36 มาก	4.45 มาก	4.43 มาก	4.48 มาก	4.44 มาก
ความมีชื่อเสียงของตราชื่อ	3.91 มาก	3.88 มาก	3.95 มาก	4.23 มาก	4.02 มาก
เป็นสินค้าของแท้ 100%	4.06 มาก	4.10 มาก	4.20 มาก	4.41 มาก	4.22 มาก
รูปแบบและดีไซน์ของสินค้า สวยงาม ทันสมัย	4.00 มาก	3.68 มาก	4.09 มาก	4.21 มาก	4.02 มาก
สินค้ามีความทนทาน มีอายุ การใช้ งานที่ยาวนาน	4.45 มาก	4.33 มาก	4.43 มาก	4.48 มาก	4.43 มาก
บรรจุภัณฑ์มีความแข็งแรงทนทาน	4.12 มาก	4.13 มาก	4.11 มาก	4.31 มาก	4.19 มาก
บรรจุภัณฑ์มีรายละเอียดของสินค้า	3.88 มาก	3.88 มาก	4.00 มาก	4.31 มาก	4.06 มาก
มีหลาย รูปแบบให้เลือก	4.09 มาก	3.93 มาก	4.25 มาก	4.28 มาก	4.16 มาก
มีหลายขนาดให้เลือก	4.12 มาก	4.23 มาก	4.11 มาก	4.23 มาก	4.18 มาก

ตารางที่ 24 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้า จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินงานรับเหมาคิดตั้งไฟฟ้าของกิจการของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ด้านผลิตภัณฑ์	ระยะเวลาดำเนินงาน				ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล
	ต่ำกว่า 1 ปี (n = 33)	1 – 5 ปี (n = 40)	6 – 10 ปี (n = 44)	11 ปีขึ้นไป (n = 61)	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	
มีการรับประกันสินค้า	4.21 มาก	4.10 มาก	4.27 มาก	4.48 มาก	4.29 มาก
การบริการหลังการขาย	3.94 มาก	4.03 มาก	4.16 มาก	4.51 มากที่สุด	4.21 มาก

จากตารางที่ 24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ดำเนินกิจการต่ำกว่า 1 ปี ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยย่อย ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องสินค้ามีคุณภาพดีได้มาตรฐาน รองลงมาคือ เรื่องสินค้ามีความทนทาน มีอายุการใช้งานที่ยาวนาน และเรื่องมีเครื่องหมายรับรองมาตรฐาน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ดำเนินกิจการ 1 – 5 ปี ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยย่อย ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องมีเครื่องหมายรับรองมาตรฐาน รองลงมาคือ เรื่องสินค้ามีคุณภาพดีได้มาตรฐาน และเรื่องสินค้ามีความทนทาน มีอายุการใช้งานที่ยาวนาน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ดำเนินกิจการ 6 – 10 ปี ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยย่อย ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เรื่องสินค้ามีคุณภาพดีได้มาตรฐาน อยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ดำเนินกิจการ 11 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยย่อย ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เรื่องการบริการหลังการขาย อยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้า จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินงานรับเหมาติดตั้งไฟฟ้าของกิจการของผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้านราคา	ระยะเวลาดำเนินงาน				ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล
	ต่ำกว่า 1 ปี (n = 33)	1 – 5 ปี (n = 40)	6 – 10 ปี (n = 44)	11 ปีขึ้นไป (n = 61)	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	
มีหลายระดับราคาให้เลือกตามคุณภาพสินค้า	3.82 มาก	4.05 มาก	4.18 มาก	4.11 มาก	4.06 มาก
ราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่น	3.55 มาก	3.68 มาก	3.57 มาก	3.72 มาก	3.64 มาก
กำหนดราคามีความเป็นมาตรฐาน	3.94 มาก	3.90 มาก	4.18 มาก	4.28 มาก	4.11 มาก
มีส่วนลด ตามปริมาณการซื้อ	3.45 ปานกลาง	3.78 มาก	3.89 มาก	4.13 มาก	3.87 มาก
มีส่วนลดการค้า	3.42 ปานกลาง	3.70 มาก	3.61 มาก	3.93 มาก	3.71 มาก

จากตารางที่ 25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ดำเนินกิจการต่ำกว่า 1 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ของปัจจัยด้านราคา เรื่องกำหนดราคามีความเป็นมาตรฐาน เรื่องมีหลายระดับราคาให้เลือกตามคุณภาพสินค้า และเรื่องราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่น อยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ดำเนินกิจการ 1 – 5 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ของปัจจัยด้านราคาทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องมีหลายระดับราคาให้เลือกตามคุณภาพสินค้า รองลงมาคือ เรื่องกำหนดราคามีความเป็นมาตรฐาน และเรื่องมีส่วนลดตามปริมาณการซื้อ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ดำเนินกิจการ 6 – 10 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ของปัจจัยด้านราคาทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องมีหลายระดับราคาให้เลือกตามคุณภาพสินค้า รองลงมาคือ เรื่องกำหนดราคามีความเป็นมาตรฐาน และเรื่องมีส่วนลดตามปริมาณการซื้อ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ดำเนินกิจการ 11 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ของปัจจัย ด้านราคาทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องกำหนดราคามีความเป็นมาตรฐาน รองลงมาคือ เรื่องมีส่วนลดตามปริมาณการซื้อ และ เรื่องมีหลายระดับราคาให้เลือกตามคุณภาพสินค้า

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ อุปกรณ์ไฟฟ้า จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินงานรับเหมาติดตั้งไฟฟ้าของกิจการของผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้านการจัดจำหน่าย	ระยะเวลาดำเนินงาน				ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล
	ต่ำกว่า 1 ปี (n = 33)	1 – 5 ปี (n = 40)	6 – 10 ปี (n = 44)	11 ปีขึ้นไป (n = 61)	
	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	
สถานที่จำหน่ายอยู่ใกล้บ้าน	4.06 มาก	3.78 มาก	3.95 มาก	3.95 มาก	3.93 มาก
สถานที่จำหน่ายอยู่ใกล้ที่ทำงาน	3.76 มาก	3.58 มาก	3.64 มาก	3.64 มาก	3.65 มาก
สถานที่จำหน่ายเป็นตัวแทนจำหน่าย สินค้าอย่างเป็นทางการ	3.73 มาก	3.90 มาก	3.84 มาก	3.97 มาก	3.88 มาก
สถานที่จำหน่ายมีสินค้าที่จำหน่าย ครบชนิด	4.09 มาก	4.05 มาก	4.32 มาก	4.43 มาก	4.25 มาก
มีการตกแต่งสถานที่จำหน่ายจัด สินค้าเป็นหมวดหมู่ และสะดวกตา	3.82 มาก	3.60 มาก	4.05 มาก	3.93 มาก	3.87 มาก
ความสัมพันธ์ ความสนิทสนมกับ ตัวแทนจำหน่าย	3.97 มาก	3.75 มาก	3.80 มาก	3.82 มาก	3.83 มาก

จากตารางที่ 26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ดำเนินกิจการต่ำกว่า 1 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องสถานที่จำหน่ายมีสินค้าที่จำหน่ายครบชนิด รองลงมาคือ เรื่องสถานที่จำหน่ายอยู่ใกล้บ้าน และเรื่องความสัมพันธ์ ความสนิทสนมกับตัวแทนจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ดำเนินกิจการ 1 – 5 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องสถานที่จำหน่ายมีสินค้าที่จำหน่ายครบชนิด รองลงมาคือ เรื่องสถานที่จำหน่ายเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าอย่างเป็นทางการ และเรื่องสถานที่จำหน่ายอยู่ใกล้บ้าน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ดำเนินกิจการ 6 – 10 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องสถานที่จำหน่ายมีสินค้าที่จำหน่ายครบชนิด รองลงมาคือ เรื่องมีการตกแต่งสถานที่จำหน่าย จัดสินค้าเป็นหมวดหมู่และสะดวกตา และเรื่องสถานที่จำหน่ายอยู่ใกล้บ้าน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ดำเนินกิจการ 11 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องสถานที่จำหน่ายมีสินค้าที่จำหน่ายครบชนิด รองลงมาคือ เรื่องสถานที่จำหน่ายเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าอย่างเป็นทางการ และเรื่องสถานที่จำหน่ายอยู่ใกล้บ้าน

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้า จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินงานรับเหมาติดตั้งไฟฟ้าของกิจการของผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้าน การส่งเสริมการตลาด	ระยะเวลาดำเนินงาน				ค่าเฉลี่ย รวม แปลผล
	ต่ำกว่า 1 ปี (n = 33)	1 – 5 ปี (n = 40)	6 – 10 ปี (n = 44)	11 ปีขึ้นไป (n = 61)	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	
การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ	2.79 ปานกลาง	3.70 มาก	3.09 ปานกลาง	3.46 ปานกลาง	3.30 ปานกลาง
การเป็นผู้สนับสนุน กิจกรรมทางสังคม	3.09 ปานกลาง	3.53 มาก	2.98 ปานกลาง	3.31 ปานกลาง	3.24 ปานกลาง
การลงบทความข่าวสารในสื่อ สิ่งพิมพ์	2.61 ปานกลาง	3.25 ปานกลาง	2.86 ปานกลาง	3.31 ปานกลาง	3.06 ปานกลาง
การเผยแพร่เอกสารแผ่นพับ ข้อมูลสินค้า	2.55 ปานกลาง	3.33 ปานกลาง	2.66 ปานกลาง	3.36 ปานกลาง	3.03 ปานกลาง
การจัดส่งแคตตาล็อกไปยังที่ บ้าน/ที่ทำงานของท่าน	2.39 น้อย	3.15 ปานกลาง	2.77 ปานกลาง	3.16 ปานกลาง	2.92 ปานกลาง
การมีข้อมูลรายละเอียด สินค้า ณ จุดขาย	3.39 ปานกลาง	3.70 มาก	3.59 มาก	4.05 มาก	3.74 มาก
การจัดโปรโมชั่นจัดรายการลด ราคา	2.82 ปานกลาง	3.60 มาก	3.43 ปานกลาง	3.66 มาก	3.43 ปานกลาง
การจัดโปรโมชั่นชิงโชคของ รางวัล	2.27 น้อย	3.25 ปานกลาง	3.09 ปานกลาง	3.28 ปานกลาง	3.04 ปานกลาง
การมีของแถม ร่วมกับสินค้า	2.58 ปานกลาง	3.45 ปานกลาง	3.09 ปานกลาง	3.52 มาก	3.22 ปานกลาง
พนักงานขาย มีความรู้/ ความสามารถในการแนะนำ สินค้า	4.27 มาก	3.88 มาก	4.14 มาก	4.25 มาก	4.14 มาก
อธยาศัยของพนักงานขาย	4.39 มาก	3.95 มาก	4.27 มาก	4.39 มาก	4.26 มาก

จากตารางที่ 27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ดำเนินกิจการต่ำกว่า 1 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เรื่องอรรถยาศัยของพนักงานขาย และเรื่องพนักงานขายมีความรู้/ความสามารถในการแนะนำสินค้า อยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลางและน้อย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ดำเนินกิจการ 1 – 5 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เรื่องอรรถยาศัยของพนักงานขาย เรื่องพนักงานขายมีความรู้/ความสามารถในการแนะนำสินค้า เรื่องการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เรื่องการมีข้อมูลรายละเอียดสินค้า ณ จุดขาย เรื่องการจัดโปรโมชั่นจัตรายการลดราคา และเรื่องการเป็นผู้สนับสนุนกิจกรรมทางสังคม อยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ดำเนินกิจการ 6 – 10 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เรื่องอรรถยาศัยของพนักงานขาย เรื่องพนักงานขายมีความรู้/ความสามารถในการแนะนำสินค้า และเรื่องการมีข้อมูลรายละเอียดสินค้า ณ จุดขาย อยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ดำเนินกิจการ 11 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เรื่องอรรถยาศัยของพนักงานขาย เรื่องพนักงานขายมีความรู้/ความสามารถในการแนะนำสินค้า เรื่องการมีข้อมูลรายละเอียดสินค้า ณ จุดขาย การจัดโปรโมชั่นจัตรายการลดราคา และเรื่องมีของแถมร่วมกับสินค้า อยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้า จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินงานรับเหมาคิดตั้งไฟฟ้าของกิจการของผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้านสิ่งแวดล้อม	ระยะเวลาดำเนินงาน				ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล
	ต่ำกว่า 1 ปี (n = 33)	1 – 5 ปี (n = 40)	6 – 10 ปี (n = 44)	11 ปีขึ้นไป (n = 61)	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	
ภาวะทางเศรษฐกิจของประเทศ	3.33 ปานกลาง	3.68 มาก	3.34 ปานกลาง	3.31 ปานกลาง	3.40 ปานกลาง
ภาวะสภาพทางการเมืองของประเทศ	3.06 ปานกลาง	3.25 ปานกลาง	3.09 ปานกลาง	3.08 ปานกลาง	3.12 ปานกลาง
แนวโน้มของราคาอุปกรณ์ไฟฟ้า	4.15 มาก	3.68 มาก	3.36 ปานกลาง	3.67 มาก	3.69 มาก
ระดับอัตราดอกเบี้ยของสถาบันทางการเงิน	3.39 ปานกลาง	3.60 มาก	3.07 ปานกลาง	3.23 ปานกลาง	3.30 ปานกลาง
การรณรงค์ให้ใช้อุปกรณ์ประหยัดพลังงานของรัฐบาล	4.27 มาก	3.93 มาก	3.57 มาก	3.93 มาก	3.90 มาก

จากตารางที่ 28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ดำเนินกิจการต่ำกว่า 1 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ของปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม เรื่องการรณรงค์ให้ใช้อุปกรณ์ประหยัดพลังงานของรัฐบาล และเรื่องแนวโน้มของราคาอุปกรณ์ไฟฟ้า อยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ดำเนินกิจการ 1 – 5 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ของปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม เรื่องการรณรงค์ให้ใช้อุปกรณ์ประหยัดพลังงานของรัฐบาล เรื่องภาวะทางเศรษฐกิจของประเทศ เรื่องแนวโน้มของราคาอุปกรณ์ไฟฟ้า และเรื่องระดับอัตราดอกเบี้ยของสถาบันทางการเงิน อยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ดำเนินกิจการ 6 – 10 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ของปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม เรื่องการรณรงค์ให้ใช้อุปกรณ์ประหยัดพลังงานของรัฐบาล อยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ดำเนินกิจการ 11 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ของปัจจัยด้าน สิ่งแวดล้อม เรื่องการรณรงค์ให้ใช้อุปกรณ์ประหยัดพลังงานของรัฐบาล และเรื่องแนวโน้มของราคา อุปกรณ์ไฟฟ้า อยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยภายในองค์กรที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ อุปกรณ์ไฟฟ้า จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินงานรับเหมาติดตั้งไฟฟ้าของกิจการของผู้ตอบ แบบสอบถาม

ปัจจัยภายในองค์กร	ระยะเวลาดำเนินงาน				ค่าเฉลี่ย รวม แปลผล
	ต่ำกว่า 1 ปี (n = 33)	1 – 5 ปี (n = 40)	6 – 10 ปี (n = 44)	11 ปีขึ้นไป (n = 61)	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	
นโยบายในการจัดซื้อของกิจการ	3.55 มาก	3.98 มาก	3.75 มาก	3.82 มาก	3.79 มาก
เป้าหมายและวัตถุประสงค์ของ กิจการ	3.73 มาก	3.83 มาก	3.75 มาก	3.92 มาก	3.82 มาก

จากตารางที่ 29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ดำเนินกิจการต่ำกว่า 1 ปี และผู้ตอบแบบสอบถามที่ดำเนินกิจการ 11 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ของปัจจัยด้านปัจจัยภายในองค์กร ทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด คือ เป้าหมายและ วัตถุประสงค์ของกิจการ รองลงมาคือ นโยบายในการจัดซื้อของกิจการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ดำเนินกิจการ 1 – 5 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ของปัจจัยด้าน ปัจจัยภายในองค์กรทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด คือ นโยบายในการจัดซื้อของกิจการ รองลงมาคือ เป้าหมายและวัตถุประสงค์ของกิจการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ดำเนินกิจการ 6 – 10 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ของปัจจัยด้าน ปัจจัยภายในองค์กรทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด คือ นโยบายในการจัดซื้อของกิจการ และ เป้าหมายและวัตถุประสงค์ของกิจการ

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยระหว่างบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้า จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินงานรับเหมาคิดตั้งไฟฟ้าของกิจการของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยระหว่างบุคคล	ระยะเวลาดำเนินงาน				ค่าเฉลี่ยรวมแปลผล
	ต่ำกว่า 1 ปี (n = 33)	1 – 5 ปี (n = 40)	6 – 10 ปี (n = 44)	11 ปีขึ้นไป (n = 61)	
	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	
ความคิดเห็นของสถาปนิก/วิศวกร	3.70 มาก	3.83 มาก	3.89 มาก	3.95 มาก	3.86 มาก
ความคิดเห็นของผู้ร่วมงาน (ทีมช่างไฟฟ้า)	3.67 มาก	3.70 มาก	4.09 มาก	4.25 มาก	3.98 มาก
ความคิดเห็นของเจ้าของบ้าน/ลูกค้า	4.15 มาก	4.18 มาก	4.16 มาก	4.38 มาก	4.24 มาก
ความคิดเห็นของพนักงานขาย/ร้านค้า	3.48 ปานกลาง	3.48 ปานกลาง	3.59 มาก	3.77 มาก	3.61 มาก

จากตารางที่ 30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ดำเนินกิจการต่ำกว่า 1 ปี ให้ความสำคัญต่อย่อยของปัจจัยระหว่างบุคคล เรื่องความคิดเห็นของเจ้าของบ้าน/ลูกค้า เรื่องความคิดเห็นของสถาปนิก/วิศวกร และเรื่องความคิดเห็นของผู้ร่วมงาน (ทีมช่างไฟฟ้า) อยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ดำเนินกิจการ 1 – 5 ปี ให้ความสำคัญต่อย่อยของปัจจัยระหว่างบุคคล เรื่องความคิดเห็นของเจ้าของบ้าน/ลูกค้า เรื่องความคิดเห็นของสถาปนิก/วิศวกร และเรื่องความคิดเห็นของผู้ร่วมงาน (ทีมช่างไฟฟ้า) อยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ดำเนินกิจการ 6 – 10 ปี และผู้ตอบแบบสอบถามที่ดำเนินกิจการ 11 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อย่อยของปัจจัยระหว่างบุคคลทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องความคิดเห็นของเจ้าของบ้าน/ลูกค้า รองลงมาคือ เรื่องความคิดเห็นของผู้ร่วมงาน (ทีมช่างไฟฟ้า) และเรื่องความคิดเห็นของสถาปนิก/วิศวกร

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยเฉพาะบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้า จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินงานรับเหมาติดตั้งไฟฟ้าของกิจการของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยเฉพาะบุคคล	ระยะเวลาดำเนินงาน				ค่าเฉลี่ยรวมแปลผล
	ต่ำกว่า 1 ปี (n = 33)	1 – 5 ปี (n = 40)	6 – 10 ปี (n = 44)	11 ปีขึ้นไป (n = 61)	
	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	
ประสบการณ์ในการติดตั้งไฟฟ้า	4.27 มาก	4.13 มาก	4.14 มาก	4.51 มากที่สุด	4.29 มาก
ทักษะ/ความรู้ที่ได้จากการศึกษาในสาขาวิชาชีพช่างไฟฟ้า	4.21 มาก	3.95 มาก	3.98 มาก	4.49 มาก	4.19 มาก

จากตารางที่ 31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงระยะเวลาในการดำเนินงาน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ของปัจจัยเฉพาะบุคคลทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด คือ เรื่องประสบการณ์ในการติดตั้งไฟฟ้า รองลงมาคือ เรื่องทักษะ/ความรู้ที่ได้จากการศึกษาในสาขาวิชาชีพช่างไฟฟ้า

ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่ดำเนินกิจการ 11 ปีขึ้นไป ที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยเฉพาะบุคคล เรื่องประสบการณ์ในการติดตั้งไฟฟ้า อยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนปัจจัยย่อยเรื่องทักษะ/ความรู้ที่ได้จากการศึกษาในสาขาวิชาชีพช่างไฟฟ้า ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้า จำแนกตามมูลค่าการรับเหมาโดยเฉลี่ยต่อครั้ง

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้า จำแนกตามมูลค่าในการรับเหมาคิดตั้งไฟฟ้าของกิจการของผู้ตอบแบบสอบถามโดยเฉลี่ยต่อครั้ง

ด้านผลิตภัณฑ์	มูลค่าในการรับงานต่อครั้ง					ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล
	ไม่เกิน 5,000 บาท (n = 32)	5,001 – 15,000 บาท (n = 51)	15,001 – 30,000บาท (n = 47)	30,001 – 50,000บาท (n = 31)	มากกว่า 50,001บาท (n = 17)	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	
สินค้ามีคุณภาพดีได้มาตรฐาน	4.66 มากที่สุด	4.33 มาก	4.55 มากที่สุด	4.32 มาก	4.65 มากที่สุด	4.48 มาก
มีเครื่องหมายรับรองมาตรฐาน	4.69 มากที่สุด	4.18 มาก	4.47 มาก	4.52 มากที่สุด	4.53 มากที่สุด	4.44 มาก
ความมีชื่อเสียงของ ตรายี่ห้อ	4.25 มาก	3.88 มาก	3.96 มาก	4.03 มาก	4.18 มาก	4.02 มาก
เป็นสินค้าของแท้100%	4.41 มาก	4.04 มาก	4.28 มาก	4.19 มาก	4.35 มาก	4.22 มาก
รูปแบบและดีไซน์มีความสวยงาม ทันสมัย	4.09 มาก	3.84 มาก	4.26 มาก	3.84 มาก	4.12 มาก	4.02 มาก
มีความทนทาน มีอายุการใช้งานที่ยาวนาน	4.47 มาก	4.33 มาก	4.49 มาก	4.52 มากที่สุด	4.29 มาก	4.43 มาก
บรรจุภัณฑ์มีความแข็งแรงทนทาน	4.25 มาก	4.16 มาก	4.40 มาก	3.97 มาก	3.94 มาก	4.19 มาก
บรรจุภัณฑ์มีรายละเอียดของสินค้า	4.13 มาก	3.98 มาก	4.26 มาก	3.90 มาก	3.88 มาก	4.06 มาก
อุปกรณ์ไฟฟ้ามีหลายรูปแบบให้เลือก	4.34 มาก	4.10 มาก	4.19 มาก	3.97 มาก	4.24 มาก	4.16 มาก
อุปกรณ์ไฟฟ้ามี หลายขนาดให้เลือก	4.25 มาก	4.14 มาก	4.21 มาก	4.16 มาก	4.12 มาก	4.18 มาก
มีการรับประกันสินค้า	4.09 มาก	4.20 มาก	4.43 มาก	4.42 มาก	4.35 มาก	4.29 มาก

ตารางที่ 32 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้า จำแนกตามมูลค่าในการรับเหมาติดตั้งไฟฟ้าของกิจการของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเฉลี่ยต่อครั้ง (ต่อ)

ด้านผลิตภัณฑ์	มูลค่าในการรับงานต่อครั้ง					ค่าเฉลี่ย รวม แปลผล
	ไม่เกิน 5,000 บาท (n = 32)	5,001 – 15,000 บาท (n = 51)	15,001 – 30,000บาท (n = 47)	30,001 – 50,000บาท (n = 31)	มากกว่า 50,001บาท (n = 17)	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	
การบริการหลังการขาย	4.28 มาก	4.04 มาก	4.38 มาก	4.19 มาก	4.12 มาก	4.21 มาก

จากตารางที่ 32 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าการรับเหมาติดตั้งไฟฟ้าไม่เกิน 5,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เรื่องมีเครื่องหมายรับรองมาตรฐาน และเรื่องสินค้ามีคุณภาพดีได้มาตรฐาน อยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าการรับเหมาติดตั้งไฟฟ้า 5,001 – 15,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องสินค้ามีคุณภาพดีได้มาตรฐาน เรื่องสินค้ามีความทนทาน มีอายุการใช้งานที่ยาวนาน และเรื่องมีการรับประกันสินค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าการรับเหมาติดตั้งไฟฟ้า 15,001 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เรื่องสินค้ามีคุณภาพดีได้มาตรฐาน อยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าการรับเหมาติดตั้งไฟฟ้า 30,001 – 50,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เรื่องมีเครื่องหมายรับรองมาตรฐาน และเรื่องสินค้ามีความทนทาน มีอายุการใช้งานที่ยาวนาน อยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าการรับเหมาติดตั้งไฟฟ้ามากกว่า 50,001 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เรื่องสินค้ามีคุณภาพดีได้มาตรฐาน และเรื่องมีเครื่องหมายรับรองมาตรฐาน อยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้า จำแนกตามมูลค่าในการรับเหมาติดตั้งไฟฟ้าของกิจการของผู้ตอบแบบสอบถามโดยเฉลี่ยต่อครั้ง

ด้านราคา	มูลค่าในการรับงานต่อครั้ง					ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล
	ไม่เกิน 5,000 บาท (n = 32)	5,001 – 15,000บาท (n = 51)	15,001 – 30,000บาท (n = 47)	30,001 – 50,000บาท (n = 31)	มากกว่า 50,001บาท (n = 17)	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	
มีหลายระดับราคาให้ เลือกตามคุณภาพ สินค้า	3.91 มาก	4.14 มาก	4.04 มาก	4.06 มาก	4.18 มาก	4.06 มาก
ราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่น	3.66 มาก	3.59 มาก	3.53 มาก	3.71 มาก	3.94 มาก	3.64 มาก
กำหนดราคามีความ เป็นมาตรฐาน	4.00 มาก	4.08 มาก	4.26 มาก	4.10 มาก	4.00 มาก	4.11 มาก
มีส่วนลด ตามปริมาณ การซื้อ	3.44 ปานกลาง	3.80 มาก	4.02 มาก	3.97 มาก	4.24 มาก	3.87 มาก
มีส่วนลดการค้า	3.50 มาก	3.57 มาก	3.87 มาก	3.74 มาก	4.00 มาก	3.71 มาก

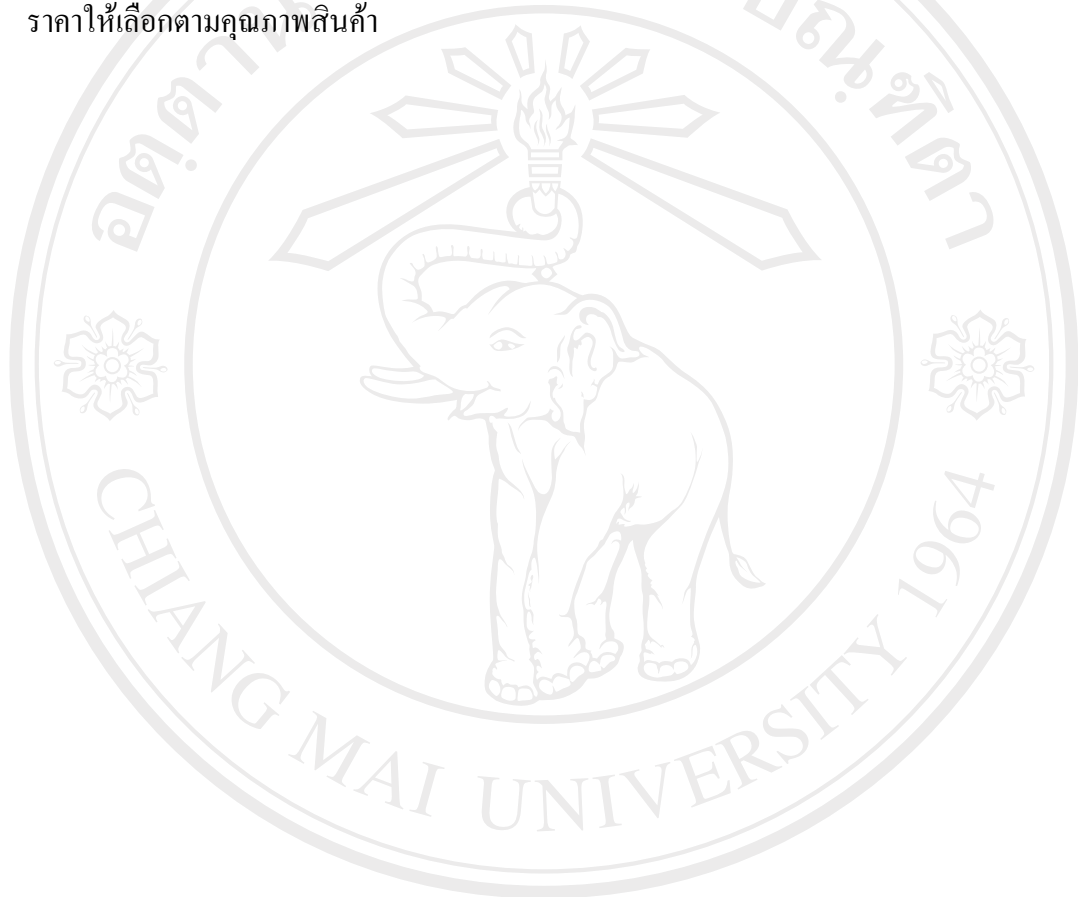
จากตารางที่ 33 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าการรับเหมาติดตั้งไฟฟ้าไม่เกิน 5,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ของปัจจัยด้านราคา เรื่องกำหนดราคามีความเป็นมาตรฐาน เรื่องมีหลายระดับราคาให้เลือกตามคุณภาพสินค้า เรื่องมีราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่น และเรื่องมีส่วนลดการค้า อยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าการรับเหมาติดตั้งไฟฟ้า 5,001 – 15,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ของปัจจัยด้านราคาทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องมีหลายระดับราคาให้เลือกตามคุณภาพสินค้า รองลงมาคือ เรื่องกำหนดราคามีความเป็นมาตรฐาน และเรื่องมีส่วนลดตามปริมาณการซื้อ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าการรับเหมาติดตั้งไฟฟ้า 15,001 – 30,000 บาท และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าการรับเหมาติดตั้งไฟฟ้า 30,001 – 50,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ของปัจจัยด้านราคาทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3

ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องกำหนดราคามีความเป็นมาตรฐาน เรื่องมีหลายระดับราคาให้เลือกตามคุณภาพสินค้า และเรื่องมีส่วนลดตามปริมาณการซื้อ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าการรับเหมาติดตั้งไฟฟ้ามากกว่า 50,001 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ของปัจจัยด้านราคาทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด ได้แก่ เรื่องมีส่วนลดตามปริมาณการซื้อ รองลงมาคือ เรื่องมีหลายระดับราคาให้เลือกตามคุณภาพสินค้า



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้า จำแนกตามมูลค่าในการรับเหมาติดตั้งไฟฟ้าของกิจการของผู้ตอบแบบสอบถามโดยเฉลี่ยต่อครั้ง

ด้าน การจัดจำหน่าย	มูลค่าในการรับงานต่อครั้ง					ค่าเฉลี่ย รวม แปลผล
	ไม่เกิน 5,000 บาท (n = 32)	5,001 – 15,000บาท (n = 51)	15,001 – 30,000บาท (n = 47)	30,001 – 50,000บาท (n = 31)	มากกว่า 50,001บาท (n = 17)	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	
สถานที่จำหน่ายอยู่ใกล้ บ้าน	4.19 มาก	4.08 มาก	3.62 มาก	3.77 มาก	4.18 มาก	3.93 มาก
สถานที่จำหน่ายอยู่ใกล้ ที่ทำงาน	3.88 มาก	3.61 มาก	3.40 ปานกลาง	3.61 มาก	4.06 มาก	3.65 มาก
สถานที่จำหน่ายเป็น ตัวแทนจำหน่ายสินค้า อย่างเป็นทางการ	3.88 มาก	3.88 มาก	3.85 มาก	3.77 มาก	4.12 มาก	3.88 มาก
สถานที่จำหน่ายมี สินค้าที่จำหน่าย ครบชนิด	4.03 มาก	4.20 มาก	4.47 มาก	4.19 มาก	4.35 มาก	4.25 มาก
มีการตกแต่งสถานที่ จำหน่ายจัดสินค้าเป็น หมวดหมู่และสะอาดตา	3.66 มาก	3.71 มาก	4.13 มาก	3.90 มาก	3.94 มาก	3.87 มาก
ความสัมพันธ์ ความ สนิทสนมกับตัวแทน จำหน่าย	3.75 มาก	3.69 มาก	3.79 มาก	3.90 มาก	4.35 มาก	3.83 มาก

จากตารางที่ 34 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าการรับเหมาติดตั้งไฟฟ้าไม่เกิน 5,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด ได้แก่ เรื่องสถานที่จำหน่ายอยู่ใกล้บ้าน รองลงมาคือ เรื่องสถานที่จำหน่ายมีสินค้าครบชนิด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าการรับเหมาติดตั้งไฟฟ้า 5,001 – 15,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องสถานที่จำหน่ายมีสินค้าครบชนิด

รองลงมาคือ เรื่องสถานที่จำหน่ายอยู่ใกล้บ้าน และเรื่องสถานที่จำหน่ายเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้า
อย่างเป็นทางการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าการรับเหมาติดตั้งไฟฟ้า 15,001 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อย
เรื่องสถานที่จำหน่ายอยู่ใกล้ที่ทำงาน ที่ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าการรับเหมาติดตั้งไฟฟ้า 30,001 – 50,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มี
ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องสถานที่จำหน่ายมีสินค้าครบชนิด
รองลงมาคือ เรื่องมีการตกแต่งสถานที่จำหน่าย จัดสินค้าเป็นหมวดหมู่และสะอาดตา และเรื่อง
ความสัมพันธ์ ความสนิทสนมกับตัวแทนจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าการรับเหมาติดตั้งไฟฟ้ามากกว่า 50,001 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มี
ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องความสัมพันธ์ ความสนิทสนมกับตัวแทน
จำหน่าย และเรื่องสถานที่จำหน่ายมีสินค้าครบชนิด รองลงมาคือ เรื่องสถานที่จำหน่ายอยู่ใกล้บ้าน

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้า จำแนกตามมูลค่าในการรับเหมาติดตั้งไฟฟ้าของกิจการของผู้ตอบแบบสอบถามโดยเฉลี่ยต่อครั้ง

ด้านการส่งเสริมการตลาด	มูลค่าในการรับงานต่อครั้ง					ค่าเฉลี่ยรวมแปลผล
	ไม่เกิน 5,000 บาท (n = 32)	5,001 – 15,000บาท (n = 51)	15,001 – 30,000บาท (n = 47)	30,001 – 50,000บาท (n = 31)	มากกว่า 50,001 บาท (n = 17)	
	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	
การโฆษณาผ่านสื่อ	3.53 มาก	3.22 ปานกลาง	3.34 ปานกลาง	3.45 ปานกลาง	2.71 ปานกลาง	3.30 ปานกลาง
การเป็นผู้สนับสนุนกิจกรรมทางสังคม	3.47 ปานกลาง	3.22 ปานกลาง	3.04 ปานกลาง	3.32 ปานกลาง	3.24 ปานกลาง	3.24 ปานกลาง
การลงบทความข่าวสาร ในสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ	3.44 ปานกลาง	2.98 ปานกลาง	2.96 ปานกลาง	3.26 ปานกลาง	2.47 น้อย	3.06 ปานกลาง
การเผยแพร่เอกสารแผ่นพับ ข้อมูลสินค้า	3.41 ปานกลาง	3.08 ปานกลาง	2.85 ปานกลาง	3.16 ปานกลาง	2.41 น้อย	3.03 ปานกลาง
การจัดส่งแคตตาล็อกไปยังที่บ้าน/ที่ทำงาน	3.22 ปานกลาง	2.92 ปานกลาง	2.77 ปานกลาง	3.16 ปานกลาง	2.35 น้อย	2.92 ปานกลาง
การมีข้อมูลรายละเอียดสินค้า ฉุกเฉิน จุดขาย	3.78 มาก	3.71 มาก	4.04 มาก	3.87 มาก	2.65 ปานกลาง	3.74 มาก
การจัดโปรโมชั่นลดราคา	3.28 ปานกลาง	3.31 ปานกลาง	3.60 มาก	3.84 มาก	2.88 ปานกลาง	3.43 ปานกลาง
การจัดโปรโมชั่นชิงโชคของรางวัล	2.94 ปานกลาง	2.82 ปานกลาง	3.19 ปานกลาง	3.45 ปานกลาง	2.71 ปานกลาง	3.04 ปานกลาง
การมีของแถมร่วมกับสินค้า	3.06 ปานกลาง	2.90 ปานกลาง	3.38 ปานกลาง	3.71 มาก	3.18 ปานกลาง	3.22 ปานกลาง

ตารางที่ 35 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้า จำแนกตามมูลค่าในการรับเหมาติดตั้งไฟฟ้าของกิจการของผู้ตอบแบบสอบถามโดยเฉลี่ยต่อครั้ง (ต่อ)

ด้านการส่งเสริมการตลาด	มูลค่าในการรับงานต่อครั้ง					ค่าเฉลี่ยรวมแปลผล
	ไม่เกิน 5,000 บาท (n = 32)	5,001 – 15,000บาท (n = 51)	15,001 – 30,000บาท (n = 47)	30,001 – 50,000บาท (n = 31)	มากกว่า 50,001บาท (n = 17)	
	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	
พนักงานขายมีความรู้/ความสามารถในการแนะนำสินค้า	4.09 มาก	4.08 มาก	4.28 มาก	4.06 มาก	4.18 มาก	4.14 มาก
อรรถยาศัยของพนักงานขาย	4.25 มาก	4.18 มาก	4.49 มาก	4.10 มาก	4.24 มาก	4.26 มาก

จากตารางที่ 35 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าการรับเหมาติดตั้งไฟฟ้าไม่เกิน 5,000 บาท ให้ความสำคัญต่อย่อยของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เรื่องอรรถยาศัยของพนักงานขาย เรื่องพนักงานมีความรู้/ความสามารถในการแนะนำสินค้า เรื่องการมีข้อมูลรายละเอียดสินค้า ณ จุดขาย และเรื่องการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ อยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าการรับเหมาติดตั้งไฟฟ้า 5,001 – 15,000 บาท ให้ความสำคัญต่อย่อยของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เรื่องอรรถยาศัยของพนักงานขาย เรื่องพนักงานมีความรู้/ความสามารถในการแนะนำสินค้า และเรื่องการมีข้อมูลรายละเอียดสินค้า ณ จุดขาย อยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าการรับเหมาติดตั้งไฟฟ้า 15,001 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อย่อยของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เรื่องอรรถยาศัยของพนักงานขาย เรื่องพนักงานมีความรู้/ความสามารถในการแนะนำสินค้า เรื่องการมีข้อมูลรายละเอียดสินค้า ณ จุดขาย และการจัดโปรโมชันจัดรายการลดราคา อยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าการรับเหมาติดตั้งไฟฟ้า 30,001 – 50,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เรื่องอรรถยาศัยของพนักงานขาย เรื่องพนักงานมีความรู้/ความสามารถในการแนะนำสินค้า เรื่องการมีข้อมูลรายละเอียดสินค้า ณ จุดขาย เรื่องการจัดโปรโมชั่นจตุรกายการลดราคา และเรื่องการมีของแถมร่วมกับสินค้า อยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าการรับเหมาติดตั้งไฟฟ้ามากกว่า 50,001 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เรื่องอรรถยาศัยของพนักงานขาย และเรื่องพนักงานมีความรู้/ความสามารถในการแนะนำสินค้า อยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลางและน้อย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้า จำแนกตามมูลค่าในการรับเหมาติดตั้งไฟฟ้าของกิจการของผู้ตอบแบบสอบถามโดยเฉลี่ยต่อครั้ง

ปัจจัยสิ่งแวดล้อม	มูลค่าในการรับงานต่อครั้ง					ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล
	ไม่เกิน 5,000 บาท (n = 32)	5,001 – 15,000บาท (n = 51)	15,001 – 30,000บาท (n = 47)	30,001 – 50,000บาท (n = 31)	มากกว่า 50,001บาท (n = 17)	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	
ภาวะทางเศรษฐกิจ ของประเทศ	3.66 มาก	3.71 มาก	3.04 ปานกลาง	3.55 มาก	2.76 ปานกลาง	3.40 ปานกลาง
ภาวะสภาพทาง การเมืองของ ประเทศ	3.34 ปานกลาง	3.45 ปานกลาง	2.74 ปานกลาง	3.29 ปานกลาง	2.41 น้อย	3.12 ปานกลาง
แนวโน้มของ ราคาอุปกรณ์ไฟฟ้า	3.72 มาก	3.88 มาก	3.55 มาก	3.61 มาก	3.53 มาก	3.69 มาก
ระดับอัตรา ดอกเบี้ยของ สถาบันทางการเงิน	3.59 มาก	3.78 มาก	3.02 ปานกลาง	3.26 ปานกลาง	2.18 น้อย	3.30 ปานกลาง
การรณรงค์ให้ใช้ อุปกรณ์ประหยัด พลังงานของ รัฐบาล	4.00 มาก	4.00 มาก	3.77 มาก	3.90 มาก	3.82 มาก	3.90 มาก

จากตารางที่ 36 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าการรับเหมาติดตั้งไฟฟ้าไม่เกิน 5,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ของปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม เรื่องการรณรงค์ให้ใช้อุปกรณ์ประหยัดพลังงานของรัฐบาล เรื่องแนวโน้มของราคาอุปกรณ์ไฟฟ้า เรื่องภาวะทางเศรษฐกิจของประเทศ และเรื่องระดับอัตราดอกเบี้ยของสถาบันทางการเงิน อยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าการรับเหมาติดตั้งไฟฟ้า 5,001 – 15,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ของปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม เรื่องการรณรงค์ให้ใช้อุปกรณ์ประหยัดพลังงานของรัฐบาล เรื่องแนวโน้มของราคาอุปกรณ์ไฟฟ้า เรื่องระดับอัตราดอกเบี้ยของสถาบันทาง

การเงิน และเรื่องภาวะทางเศรษฐกิจของประเทศ อยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆ ให้
ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าการรับเหมาติดตั้งไฟฟ้า 15,001 – 30,000 บาท ให้
ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ของปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม เรื่องการรณรงค์ให้ใช้อุปกรณ์ประหยัด
พลังงานของรัฐบาล และเรื่องแนวโน้มของราคาอุปกรณ์ไฟฟ้า อยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆ
ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าการรับเหมาติดตั้งไฟฟ้า 30,001 – 50,000 บาท ให้
ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ของปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม เรื่องการรณรงค์ให้ใช้อุปกรณ์ประหยัด
พลังงานของรัฐบาล เรื่องแนวโน้มของราคาอุปกรณ์ไฟฟ้า และเรื่องภาวะทางเศรษฐกิจของประเทศ
อยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าการรับเหมาติดตั้งไฟฟ้ามากกว่า 50,001 บาท ให้
ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ของปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม เรื่องการรณรงค์ให้ใช้อุปกรณ์ประหยัด
พลังงานของรัฐบาล และเรื่องแนวโน้มของราคาอุปกรณ์ไฟฟ้า อยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆ
ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลางและน้อย

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยภายในองค์กรที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้า จำแนกตามมูลค่าในการรับเหมาติดตั้งไฟฟ้าของกิจการของผู้ตอบแบบสอบถามโดยเฉลี่ยต่อครั้ง

ปัจจัยภายใน องค์กร	มูลค่าในการรับงานต่อครั้ง					ค่าเฉลี่ย รวม แปลผล
	ไม่เกิน 5,000 บาท (n = 32)	5,001 – 15,000 บาท (n = 51)	15,001 – 30,000 บาท (n = 47)	30,001 – 50,000 บาท (n = 31)	มากกว่า 50,001บาท (n = 17)	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	
นโยบายในการ จัดซื้อของกิจการ	3.47 ปานกลาง	3.76 มาก	3.94 มาก	4.00 มาก	3.65 มาก	3.79 มาก
เป้าหมายและ วัตถุประสงค์ของ กิจการ	3.53 มาก	3.82 มาก	4.04 มาก	3.87 มาก	3.65 มาก	3.82 มาก

จากตารางที่ 37 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าการรับเหมาติดตั้งไฟฟ้าไม่เกิน 5,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ของปัจจัยภายในองค์กร เรื่องเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของกิจการ อยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยย่อยเรื่องนโยบายในการจัดซื้อของกิจการ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าการรับเหมาติดตั้งไฟฟ้า 5,001 – 15,000 บาท และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าการรับเหมาติดตั้งไฟฟ้า 15,001 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยภายในองค์กรทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด ได้แก่ เรื่องเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของกิจการ รองลงมาคือ เรื่องนโยบายในการจัดซื้อของกิจการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าการรับเหมาติดตั้งไฟฟ้า 30,001 – 50,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ของปัจจัยภายในองค์กรทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด ได้แก่ เรื่องนโยบายในการจัดซื้อของกิจการ รองลงมาคือ เรื่องเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของกิจการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าการรับเหมาติดตั้งไฟฟ้ามากกว่า 50,001 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ของปัจจัยภายในองค์กรทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ย

ระดับความสำคัญเท่ากัน คือ เรื่องเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของกิจการ และเรื่องนโยบายในการจัดซื้อของกิจการ

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยระหว่างบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้า จำแนกตามมูลค่าในการรับเหมาติดตั้งไฟฟ้าของกิจการของผู้ตอบแบบสอบถามโดยเฉลี่ยต่อครั้ง

ปัจจัยระหว่างบุคคล	มูลค่าในการรับงานต่อครั้ง					ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล
	ไม่เกิน 5,000 บาท (n = 32)	5,001 – 15,000 บาท (n = 51)	15,001 – 30,000 บาท (n = 47)	30,001 – 50,000 บาท (n = 31)	มากกว่า 50,001บาท (n = 17)	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	
ความคิดเห็นของ สถาปนิก/วิศวกร	3.59 มาก	4.04 มาก	3.94 มาก	3.84 มาก	3.65 มาก	3.86 มาก
ความคิดเห็นของ ผู้ร่วมงาน (ทีมช่างไฟฟ้า)	3.97 มาก	4.06 มาก	4.13 มาก	3.84 มาก	3.59 มาก	3.98 มาก
ความคิดเห็นของ เจ้าของบ้าน/ลูกค้า	4.28 มาก	4.12 มาก	4.51 มากที่สุด	4.19 มาก	3.82 มาก	4.24 มาก
ความคิดเห็นของ พนักงานขาย/ ร้านค้า	3.75 มาก	3.63 มาก	3.57 มาก	3.74 มาก	3.12 ปานกลาง	3.61 มาก

จากตารางที่ 38 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าการรับเหมาติดตั้งไฟฟ้าไม่เกิน 5,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ของปัจจัยระหว่างบุคคลทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องความคิดเห็นของเจ้าของบ้าน/ลูกค้า เรื่องความคิดเห็นของผู้ร่วมงาน (ทีมช่างไฟฟ้า) และเรื่องความคิดเห็นของพนักงานขาย/ร้านค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าการรับเหมาติดตั้งไฟฟ้า 5,001 – 15,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ของปัจจัยระหว่างบุคคลทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องความคิดเห็นของเจ้าของบ้าน/ลูกค้า เรื่องความคิดเห็นของผู้ร่วมงาน (ทีมช่างไฟฟ้า) และเรื่องความคิดเห็นของสถาปนิก/วิศวกร

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าการรับเหมาติดตั้งไฟฟ้า 15,001 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ของปัจจัยระหว่างบุคคล เรื่องความคิดเห็นของเจ้าของบ้าน/ลูกค้า อยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าการรับเหมาติดตั้งไฟฟ้า 30,001 – 50,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ของปัจจัยระหว่างบุคคลทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องความคิดเห็นของเจ้าของบ้าน/ลูกค้า รองลงมาคือ เรื่องความคิดเห็นของผู้ร่วมงาน (ทีมช่างไฟฟ้า) และเรื่องความคิดเห็นของสถาปนิก/วิศวกร

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าการรับเหมาติดตั้งไฟฟ้ามากกว่า 50,001 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ของปัจจัยระหว่างบุคคล เรื่องความคิดเห็นของเจ้าของบ้าน/ลูกค้า และเรื่องความคิดเห็นของสถาปนิก/วิศวกร เรื่องความคิดเห็นของผู้ร่วมงาน (ทีมช่างไฟฟ้า) อยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยย่อยเรื่องความคิดเห็นของพนักงานขาย/ร้านค้าให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยเฉพาะบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้า จำแนกตามมูลค่าในการรับเหมาติดตั้งไฟฟ้าของกิจการของผู้ตอบแบบสอบถามโดยเฉลี่ยต่อครั้ง

ปัจจัยเฉพาะบุคคล	มูลค่าในการรับงานต่อครั้ง					ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล
	ไม่เกิน 5,000 บาท (n = 32)	5,001 – 15,000 บาท (n = 51)	15,001 – 30,000 บาท (n = 47)	30,001 – 50,000 บาท (n = 31)	มากกว่า 50,001บาท (n = 17)	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	
ประสบการณ์ในการติดตั้งไฟฟ้า	4.38 มาก	4.35 มาก	4.30 มาก	4.03 มาก	4.35 มาก	4.29 มาก
ทักษะ/ความรู้ที่ได้จากการศึกษาในสาขาวิชาชีพช่างไฟฟ้า	4.28 มาก	4.08 มาก	4.32 มาก	3.97 มาก	4.41 มาก	4.19 มาก

จากตารางที่ 39 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าการรับเหมาติดตั้งไฟฟ้าไม่เกิน 5,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าการรับเหมาติดตั้งไฟฟ้า 5,001 – 15,000 บาท และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าการรับเหมาติดตั้งไฟฟ้า 30,000 – 50,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยเฉพาะบุคคล ทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญสูงสุด ได้แก่ เรื่องประสบการณ์ในการติดตั้งไฟฟ้า รองลงมาคือ เรื่องทักษะ/ความรู้ที่ได้จากการศึกษาในสาขาวิชาชีพช่างไฟฟ้า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าการรับเหมาติดตั้งไฟฟ้า 15,001 – 30,000 บาท และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าการรับเหมาติดตั้งไฟฟ้ามากกว่า 50,001 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยเฉพาะบุคคล ทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญสูงสุด ได้แก่ เรื่องทักษะ/ความรู้ที่ได้จากการศึกษาในสาขาวิชาชีพช่างไฟฟ้า รองลงมาคือ เรื่องประสบการณ์ในการติดตั้งไฟฟ้า

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้า จำแนกตามความถี่ในการซื้อต่อเดือน

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้า จำแนกตามความถี่ต่อเดือนในการซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้าของกิจการของผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้านผลิตภัณฑ์	ความถี่ต่อเดือน				ค่าเฉลี่ยรวมแปลผล
	1 – 2 ครั้ง (n = 37)	3 – 5 ครั้ง (n = 58)	6 – 8 ครั้ง (n = 51)	มากกว่า 8 ครั้ง (n = 32)	
	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	
สินค้ามีคุณภาพดีได้มาตรฐาน	4.59 มากที่สุด	4.41 มาก	4.61 มากที่สุด	4.25 มาก	4.48 มาก
มีเครื่องหมายรับรองมาตรฐาน	4.51 มากที่สุด	4.47 มาก	4.45 มาก	4.28 มาก	4.44 มาก
ความมีชื่อเสียงของตราหือ	4.14 มาก	3.97 มาก	3.96 มาก	4.09 มาก	4.02 มาก
เป็นสินค้าของแท้ 100%	4.51 มากที่สุด	4.16 มาก	4.16 มาก	4.13 มาก	4.22 มาก
รูปแบบและดีไซน์ ของสินค้ามีความสวยงามทันสมัย	4.35 มาก	3.86 มาก	3.90 มาก	4.13 มาก	4.02 มาก
สินค้ามีความ ทนทาน มีอายุการใช้งานที่ยาวนาน	4.54 มากที่สุด	4.53 มากที่สุด	4.35 มาก	4.22 มาก	4.43 มาก
บรรจุภัณฑ์มีความแข็งแรงทนทาน	4.11 มาก	4.33 มาก	4.18 มาก	4.03 มาก	4.19 มาก
บรรจุภัณฑ์มีรายละเอียดของสินค้า	4.24 มาก	4.10 มาก	3.90 มาก	4.00 มาก	4.06 มาก
อุปกรณ์ไฟฟ้ามีหลายรูปแบบให้เลือก	4.11 มาก	4.09 มาก	4.16 มาก	4.34 มาก	4.16 มาก
อุปกรณ์ไฟฟ้ามีหลายขนาดให้เลือก	4.22 มาก	4.12 มาก	4.18 มาก	4.25 มาก	4.18 มาก

ตารางที่ 40 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้า จำแนกตามความถี่ต่อเดือนในการซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้าของกิจการของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ด้านผลิตภัณฑ์	ความถี่ต่อเดือน				ค่าเฉลี่ยรวมแปลผล
	1 – 2 ครั้ง (n = 37)	3 – 5 ครั้ง (n = 58)	6 – 8 ครั้ง (n = 51)	มากกว่า 8 ครั้ง (n = 32)	
	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	
มีการรับประกันสินค้า	4.24 มาก	4.22 มาก	4.35 มาก	4.38 มาก	4.29 มาก
การบริการหลังการขาย	4.30 มาก	4.17 มาก	4.24 มาก	4.13 มาก	4.21 มาก

จากตารางที่ 40 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้า 1 – 2 ครั้งต่อเดือน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เรื่องสินค้ามีคุณภาพดีได้มาตรฐาน เรื่องสินค้ามีความทนทาน มีอายุการใช้งานที่ยาวนาน เรื่องมีเครื่องหมายรับรองมาตรฐาน และเรื่องเป็นสินค้าแท้ 100% อยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้า 3 – 5 ครั้งต่อเดือน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เรื่องสินค้ามีความทนทาน มีอายุการใช้งานที่ยาวนาน อยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้า 6 – 8 ครั้งต่อเดือน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เรื่องสินค้ามีคุณภาพดีได้มาตรฐาน อยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้ามากกว่า 8 ครั้งต่อเดือน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องมีการรับประกันสินค้า รองลงมาคือ เรื่องอุปกรณ์ไฟฟ้ามีหลายขนาดให้เลือก และเรื่องมีเครื่องหมายรับรองมาตรฐาน

ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้า จำแนกตามความถี่ต่อเดือนในการซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้าของกิจการของผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้านราคา	ความถี่ต่อเดือน				ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล
	1 – 2 ครั้ง (n = 37)	3 – 5 ครั้ง (n = 58)	6 – 8 ครั้ง (n = 51)	มากกว่า 8 ครั้ง (n = 32)	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	
มีหลายระดับราคาให้เลือกตามคุณภาพสินค้า	4.03 มาก	3.98 มาก	4.16 มาก	4.09 มาก	4.06 มาก
ราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่น	3.59 มาก	3.66 มาก	3.71 มาก	3.56 มาก	3.64 มาก
กำหนดราคามีความเป็นมาตรฐาน	4.11 มาก	4.17 มาก	4.14 มาก	3.94 มาก	4.11 มาก
มีส่วนลดตามปริมาณการซื้อ	3.62 มาก	3.84 มาก	3.92 มาก	4.09 มาก	3.87 มาก
มีส่วนลดการค้า	3.30 ปานกลาง	3.69 มาก	3.82 มาก	4.03 มาก	3.71 มาก

จากตารางที่ 41 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้า 1 – 2 ครั้งต่อเดือน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ของปัจจัยด้านราคา เรื่องกำหนดราคามีความเป็นมาตรฐาน เรื่องมีหลายระดับราคาให้เลือกตามคุณภาพสินค้า เรื่องมีส่วนลดตามปริมาณการซื้อ และเรื่องราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่น อยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้า 3 – 5 ครั้งต่อเดือน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านราคาทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องกำหนดราคามีความเป็นมาตรฐาน รองลงมาคือ เรื่องมีหลายระดับราคาให้เลือกตามคุณภาพสินค้า และเรื่องมีส่วนลดตามปริมาณการซื้อ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้า 6 – 8 ครั้งต่อเดือน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านราคาทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องมีหลายระดับราคาให้เลือกตามคุณภาพสินค้า รองลงมาคือ เรื่องกำหนดราคามีความเป็นมาตรฐาน และเรื่องมีส่วนลดตามปริมาณการซื้อ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้ามากกว่า 8 ครั้งต่อเดือน ให้ความสำคัญต่อปัจจัย
 ย่อย ของปัจจัยด้านราคาทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญสูงสุด ได้แก่ เรื่อง
 มีหลายระดับราคาให้เลือกตามคุณภาพสินค้า และเรื่องมีส่วนลดตามปริมาณการซื้อ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 42 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้า จำแนกตามความถี่ต่อเดือนในการซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้าของกิจการของผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้าน การจัดจำหน่าย	ความถี่ต่อเดือน				ค่าเฉลี่ย รวม แปลผล
	1 – 2 ครั้ง (n = 37)	3 – 5 ครั้ง (n = 58)	6 – 8 ครั้ง (n = 51)	มากกว่า 8 ครั้ง (n = 32)	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	
สถานที่จำหน่ายอยู่ใกล้บ้าน	4.14 มาก	3.95 มาก	3.98 มาก	3.59 มาก	3.93 มาก
สถานที่จำหน่ายอยู่ใกล้ที่ ทำงาน	3.89 มาก	3.74 มาก	3.63 มาก	3.22 ปานกลาง	3.65 มาก
สถานที่จำหน่ายเป็นตัวแทน จำหน่ายสินค้าอย่างเป็นทางการ	3.81 มาก	3.93 มาก	4.04 มาก	3.59 มาก	3.88 มาก
สถานที่จำหน่ายมี สินค้าที่จำหน่ายครบชนิด	4.05 มาก	4.29 มาก	4.47 มาก	4.06 มาก	4.25 มาก
มีการตกแต่งสถานที่จำหน่าย จัดสินค้าเป็นหมวดหมู่และ สะอาด	3.62 มาก	3.86 มาก	4.06 มาก	3.84 มาก	3.87 มาก
ความสัมพันธ์ ความสนิท สนมกับตัวแทนจำหน่าย	3.95 มาก	3.69 มาก	3.84 มาก	3.91 มาก	3.83 มาก

จากตารางที่ 42 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้า 1 – 2 ครั้งต่อเดือน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ ความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องสถานที่จำหน่ายอยู่ใกล้บ้าน รองลงมาคือ เรื่องสถานที่จำหน่ายมีสินค้าที่จำหน่ายครบชนิด และเรื่องความสัมพันธ์ ความสนิทสนมกับตัวแทนจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้า 3 – 5 ครั้งต่อเดือน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ ความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องสถานที่จำหน่ายมีสินค้าที่จำหน่ายครบชนิด รองลงมาคือ เรื่องสถานที่จำหน่ายอยู่ใกล้บ้าน และเรื่องสถานที่จำหน่ายเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าอย่างเป็นทางการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้า 6 – 8 ครั้งต่อเดือน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องสถานที่จำหน่ายมีสินค้าที่จำหน่ายครบชนิด รองลงมาคือ เรื่องมีการตกแต่งสถานที่จำหน่าย จัดสินค้าเป็นหมวดหมู่และสะดวกตา และเรื่องสถานที่จำหน่ายเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าอย่างเป็นทางการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้ามากกว่า 8 ครั้งต่อเดือน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องสถานที่จำหน่ายมีสินค้าที่จำหน่ายครบชนิด รองลงมาคือ เรื่องความสัมพันธ์ ความสนิทสนมกับตัวแทนจำหน่าย และเรื่องมีการตกแต่งสถานที่จำหน่าย จัดสินค้าเป็นหมวดหมู่และสะดวกตา ส่วนปัจจัยย่อยเรื่องสถานที่จำหน่ายอยู่ใกล้ที่ทำงาน ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้า จำแนกตามความถี่ต่อเดือนในการซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้าของกิจการของผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้าน การส่งเสริมการตลาด	ความถี่ต่อเดือน				ค่าเฉลี่ย รวม แปลผล
	1 – 2 ครั้ง (n = 37)	3 – 5 ครั้ง (n = 58)	6 – 8 ครั้ง (n = 51)	มากกว่า 8 ครั้ง (n = 32)	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	
การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ	3.43 ปานกลาง	3.52 มาก	2.82 ปานกลาง	3.50 มาก	3.30 ปานกลาง
การเป็นผู้สนับสนุน กิจกรรมทางสังคม	3.38 ปานกลาง	3.43 ปานกลาง	2.94 ปานกลาง	3.19 ปานกลาง	3.24 ปานกลาง
การลงบทความ/ข่าวสารในสื่อ สิ่งพิมพ์ต่างๆ	3.24 ปานกลาง	3.21 ปานกลาง	2.67 ปานกลาง	3.19 ปานกลาง	3.06 ปานกลาง
การเผยแพร่เอกสาร แผ่นพับข้อมูลสินค้า	3.38 ปานกลาง	3.26 ปานกลาง	2.57 ปานกลาง	2.94 ปานกลาง	3.03 ปานกลาง
การจัดส่งแคตตาล็อกไปยังที่ บ้าน/ที่ทำงาน	3.22 ปานกลาง	3.10 ปานกลาง	2.65 ปานกลาง	2.69 ปานกลาง	2.92 ปานกลาง
การมีข้อมูลรายละเอียดสินค้า ณ จุดขาย	3.81 มาก	3.79 มาก	3.59 มาก	3.78 มาก	3.74 มาก
การจัดโปรโมชั่นจัดรายการลด ราคา	3.49 ปานกลาง	3.48 ปานกลาง	3.14 ปานกลาง	3.75 มาก	3.43 ปานกลาง
การจัดโปรโมชั่นชิงโชคของ รางวัล	3.11 ปานกลาง	3.09 ปานกลาง	2.71 ปานกลาง	3.41 ปานกลาง	3.04 ปานกลาง
การมีของแถมร่วมกับสินค้า	3.05 ปานกลาง	3.24 ปานกลาง	2.98 ปานกลาง	3.78 มาก	3.22 ปานกลาง
พนักงานขาย มีความรู้/ ความสามารถในการแนะนำ สินค้า	4.14 มาก	4.03 มาก	4.37 มาก	3.97 มาก	4.14 มาก
อัตราค้ำของพนักงานขาย	4.30 มาก	4.07 มาก	4.55 มาก	4.13 มาก	4.26 มาก

จากตารางที่ 43 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้า 1 – 2 ครั้งต่อเดือน และ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้า 6 – 8 ครั้งต่อเดือน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ของปัจจัย ด้านการส่งเสริมการตลาด เรื่องอรรถยาศัยของพนักงานขาย เรื่องพนักงานขายมีความรู้/ความสามารถ ในการแนะนำสินค้า และเรื่องการมีข้อมูลรายละเอียดสินค้า ณ จุดขาย อยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้า 3 – 5 ครั้งต่อเดือน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เรื่องอรรถยาศัยของพนักงานขาย เรื่องพนักงานขายมีความรู้/ความสามารถในการแนะนำสินค้า เรื่องการมีข้อมูลรายละเอียดสินค้า ณ จุดขาย และเรื่องการ โฆษณาผ่านสื่อต่างๆ อยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้ามากกว่า 8 ครั้งต่อเดือน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เรื่องอรรถยาศัยของพนักงานขาย เรื่องพนักงานขายมีความรู้/ความสามารถในการแนะนำสินค้า เรื่องการมีข้อมูลรายละเอียดสินค้า ณ จุดขาย เรื่องการมีของแถม ร่วมกับสินค้า เรื่องการจัดโปรโมชั่นจตุรกายการลดราคา และเรื่องการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ อยู่ใน ระดับมาก ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้า จำแนกตามความถี่ต่อเดือนในการซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้าของกิจการของผู้ตอบแบบสอบถาม

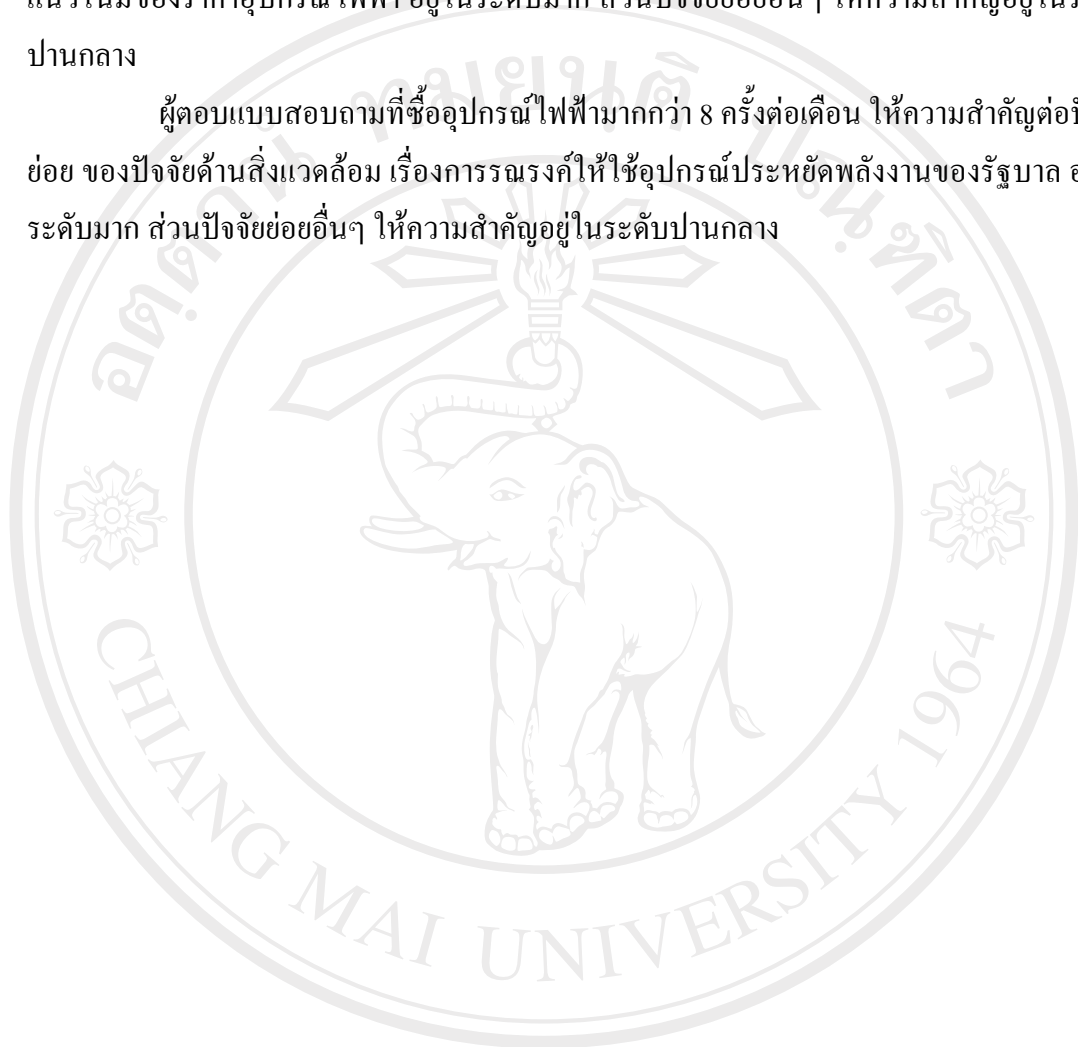
ด้านสิ่งแวดล้อม	ความถี่ต่อเดือน				ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล
	1 – 2 ครั้ง (n = 37)	3 – 5 ครั้ง (n = 58)	6 – 8 ครั้ง (n = 51)	มากกว่า 8 ครั้ง (n = 32)	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	
ภาวะทางเศรษฐกิจของประเทศ	3.78 มาก	3.59 มาก	3.04 ปานกลาง	3.22 ปานกลาง	3.40 ปานกลาง
ภาวะสภาพทางการเมืองของประเทศ	3.70 มาก	3.21 ปานกลาง	2.75 ปานกลาง	2.88 ปานกลาง	3.12 ปานกลาง
แนวโน้มของราคาอุปกรณ์ไฟฟ้า	3.89 มาก	3.76 มาก	3.61 มาก	3.44 ปานกลาง	3.69 มาก
ระดับอัตราดอกเบี้ยของสถาบันทางการเงิน	3.73 มาก	3.43 ปานกลาง	2.88 ปานกลาง	3.25 ปานกลาง	3.30 ปานกลาง
การรณรงค์ให้ใช้อุปกรณ์ประหยัดพลังงานของรัฐบาล	3.86 มาก	4.09 มาก	3.76 มาก	3.84 มาก	3.90 มาก

จากตารางที่ 44 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้า 1 – 2 ครั้งต่อเดือน ให้ความสำคัญต่อย่อยของปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องแนวโน้มของราคาอุปกรณ์ไฟฟ้า รองลงมาคือเรื่องการรณรงค์ให้ใช้อุปกรณ์ประหยัดพลังงานของรัฐบาล และเรื่องภาวะทางเศรษฐกิจของประเทศ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้า 3 – 5 ครั้งต่อเดือน ให้ความสำคัญต่อย่อยของปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม เรื่องการรณรงค์ให้ใช้อุปกรณ์ประหยัดพลังงานของรัฐบาล เรื่องแนวโน้มของราคาอุปกรณ์ไฟฟ้า และเรื่องภาวะทางเศรษฐกิจของประเทศ อยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้า 6 – 8 ครั้งต่อเดือน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม เรื่องการรณรงค์ให้ใช้อุปกรณ์ประหยัดพลังงานของรัฐบาล และเรื่องแนวโน้มของราคาอุปกรณ์ไฟฟ้า อยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้ามากกว่า 8 ครั้งต่อเดือน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม เรื่องการรณรงค์ให้ใช้อุปกรณ์ประหยัดพลังงานของรัฐบาล อยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยภายในองค์กรที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้า จำแนกตามความถี่ต่อเดือนในการซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้าของกิจการของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยภายในองค์กร	ความถี่ต่อเดือน				ค่าเฉลี่ยรวมแปลผล
	1 – 2 ครั้ง (n = 37)	3 – 5 ครั้ง (n = 58)	6 – 8 ครั้ง (n = 51)	มากกว่า 8 ครั้ง (n = 32)	
	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	
นโยบายในการจัดซื้อของกิจการ	3.78 มาก	3.76 มาก	3.78 มาก	3.84 มาก	3.79 มาก
เป้าหมายและวัตถุประสงค์ของกิจการ	3.78 มาก	3.74 มาก	3.80 มาก	4.03 มาก	3.82 มาก

จากตารางที่ 45 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้า 1 – 2 ครั้งต่อเดือน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ของปัจจัยภายในองค์กรทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญเท่ากัน คือ เรื่องนโยบายในการจัดซื้อของกิจการ และเรื่องเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของกิจการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้า 3 – 5 ครั้งต่อเดือน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านภายในองค์กรทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีระดับความสำคัญสูงสุด ได้แก่ เรื่องนโยบายในการจัดซื้อของกิจการ รองลงมาคือ เรื่องเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของกิจการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้า 6 – 8 ครั้งต่อเดือน และ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้ามากกว่า 8 ครั้งต่อเดือน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ของปัจจัยด้านภายในองค์กรทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีระดับความสำคัญสูงสุด ได้แก่ เรื่องเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของกิจการ รองลงมาคือ เรื่องนโยบายในการจัดซื้อของกิจการ

ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยระหว่างบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้า จำแนกตามความถี่ต่อเดือนในการซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้าของกิจการของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยระหว่างบุคคล	ความถี่ต่อเดือน				ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล
	1 – 2 ครั้ง (n = 37)	3 – 5 ครั้ง (n = 58)	6 – 8 ครั้ง (n = 51)	มากกว่า 8 ครั้ง (n = 32)	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	
ความคิดเห็นของสถาปนิก/ วิศวกร	3.92 มาก	3.78 มาก	3.88 มาก	3.91 มาก	3.86 มาก
ความคิดเห็นของ ผู้ร่วมงาน (ทีมช่างไฟฟ้า)	3.89 มาก	3.79 มาก	4.22 มาก	4.03 มาก	3.98 มาก
ความคิดเห็นของ เจ้าของบ้าน/ลูกค้า	4.41 มาก	4.03 มาก	4.35 มาก	4.22 มาก	4.24 มาก
ความคิดเห็นของ พนักงานขาย/ร้านค้า	3.89 มาก	3.53 มาก	3.43 ปานกลาง	3.69 มาก	3.61 มาก

จากตารางที่ 46 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้า 1 – 2 ครั้งต่อเดือน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ของปัจจัยระหว่างบุคคลทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญสูงสุด ได้แก่ เรื่องความคิดเห็นของเจ้าของบ้าน/ลูกค้า รองลงมาคือ เรื่องความคิดเห็นของสถาปนิก/วิศวกร

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้า 3 – 5 ครั้งต่อเดือน และผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้ามากกว่า 8 ครั้งต่อเดือน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ของปัจจัยระหว่างบุคคลทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญสูงสุด ได้แก่ เรื่องความคิดเห็นของเจ้าของบ้าน/ลูกค้า รองลงมาคือ เรื่องความคิดเห็นของผู้ร่วมงาน (ทีมช่างไฟฟ้า)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้า 6 – 8 ครั้งต่อเดือน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ของปัจจัยระหว่างบุคคล เรื่องความคิดเห็นของเจ้าของบ้าน/ลูกค้า รองลงมาคือ เรื่องความคิดเห็นของผู้ร่วมงาน (ทีมช่างไฟฟ้า) และเรื่องความคิดเห็นของสถาปนิก/วิศวกร อยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยย่อยความคิดเห็นของพนักงานขาย/ร้านค้า ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยเฉพาะบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้า จำแนกตามความถี่ต่อเดือนในการซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้าของกิจการของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยเฉพาะบุคคล	ความถี่ต่อเดือน				ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล
	1 – 2 ครั้ง (n = 37)	3 – 5 ครั้ง (n = 58)	6 – 8 ครั้ง (n = 51)	มากกว่า 8 ครั้ง (n = 32)	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	
ประสบการณ์ในการติดตั้งไฟฟ้า	4.32 มาก	4.17 มาก	4.35 มาก	4.34 มาก	4.29 มาก
ทักษะ/ความรู้ที่ได้จากการศึกษาในสาขาวิชาชีพช่างไฟฟ้า	4.11 มาก	4.00 มาก	4.39 มาก	4.31 มาก	4.19 มาก

จากตารางที่ 47 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงความถี่ในการซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้า ให้ความสำคัญต่อย่อยของปัจจัยเฉพาะบุคคลทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญสูงสุด ได้แก่ เรื่องประสบการณ์ในการติดตั้งไฟฟ้า รองลงมาคือ เรื่องทักษะ/ความรู้ที่ได้จากการศึกษาในสาขาวิชาชีพช่างไฟฟ้า

ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้า 6 – 8 ครั้งต่อเดือน ที่ให้ความสำคัญต่อย่อยของปัจจัยเฉพาะบุคคลทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญสูงสุด ได้แก่ เรื่องทักษะ/ความรู้ที่ได้จากการศึกษาในสาขาวิชาชีพช่างไฟฟ้า รองลงมาคือ เรื่องประสบการณ์ในการติดตั้งไฟฟ้า