

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออุปกรณ์การพิมพ์ของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมการพิมพ์ในกรุงเทพมหานคร ได้เก็บรวบรวมข้อมูล และแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถามจำนวน 100 ชุด และข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์และแปลผล โดยแบ่งการแสดงผลการวิเคราะห์เป็น 3 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามและกิจการ
- ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออุปกรณ์การพิมพ์ของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมการพิมพ์ในกรุงเทพมหานคร
- ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะในการซื้ออุปกรณ์การพิมพ์ของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมการพิมพ์ในกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามและกิจการ

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ชาย	43	43.00
หญิง	57	57.00
รวม	100	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 57.00 และเพศชายคิดเป็นร้อยละ 43.00

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
21-30 ปี	24	24.00
31-40 ปี	42	42.00
41-50 ปี	26	26.00
51-60 ปี	7	7.00
61 ปี	1	1.00
รวม	100	100.00

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.00 รองลงมา ได้แก่ อายุระหว่าง 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 26.00 อายุระหว่าง 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.00 อายุระหว่าง 51-60 ปี คิดเป็นร้อยละ 7.00 และอายุ 61 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 1.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

การศึกษาสูงสุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า	5	5.00
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	14	14.00
อนุปริญญา/ปวส.	24	24.00
ปริญญาตรี/เทียบเท่า	52	52.00
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	5	5.00
รวม	100	100.00

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.00 รองลงมา ได้แก่ การศึกษาระดับอนุปริญญาหรือปวส.คิดเป็นร้อยละ 24.00 การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือปวช. คิดเป็นร้อยละ 14.00 การศึกษาระดับปริญญาโทหรือสูงกว่า คิดเป็นร้อยละ 5.00 และการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามตำแหน่งงาน

ตำแหน่งงาน	จำนวน(คน)	ร้อยละ
เจ้าของกิจการ/กรรมการผู้จัดการ	31	31.00
ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ	40	40.00
ผู้จัดการฝ่ายผลิต	29	29.00
รวม	100	100.00

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามดำรงตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมา ได้แก่ ตำแหน่งเจ้าของกิจการหรือกรรมการผู้จัดการ คิดเป็นร้อยละ 31.00 และอื่นๆ ได้แก่ ตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายผลิต คิดเป็นร้อยละ 29.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรูปแบบขององค์กรธุรกิจ

รูปแบบขององค์กรธุรกิจ	จำนวน(องค์กร)	ร้อยละ
เจ้าของคนเดียว	12	12.00
ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล	10	10.00
ห้างหุ้นส่วนสามัญ	8	8.00
บริษัทจำกัด	68	68.00
บริษัทจำกัดมหาชน	2	2.00
รวม	100	100.00

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ระบุรูปแบบขององค์กรธุรกิจว่าเป็นแบบบริษัทจำกัด คิดเป็นร้อยละ 68.00 รองลงมา ได้แก่ แบบเจ้าของคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 12.00 แบบห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล คิดเป็นร้อยละ 10.00 แบบห้างหุ้นส่วนสามัญ คิดเป็นร้อยละ 8.00 และแบบบริษัทจำกัดมหาชน คิดเป็นร้อยละ 2.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามทุนจดทะเบียนในการดำเนินธุรกิจ

ทุนจดทะเบียนในการดำเนินธุรกิจ	จำนวน(องค์กร)	ร้อยละ
ไม่เกิน 100 ล้านบาท	90	90.00
101-200 ล้านบาท	8	8.00
201 ล้านบาทขึ้นไป	2	2.00
รวม	100	100.00

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ระบุว่าทุนจดทะเบียนไม่เกิน 100 ล้านบาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 90.00 รองลงมา ได้แก่ ทุนจดทะเบียน 101-200 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 8.00 และ ทุนจดทะเบียน 201 ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 2.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจการพิมพ์

ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจการพิมพ์	จำนวน(องค์กร)	ร้อยละ
ระหว่าง 1-5 ปี	4	4.00
ระหว่าง 6-10 ปี	20	20.00
ระหว่าง 11-15 ปี	22	22.00
ระหว่าง 16-20 ปี	19	19.00
และตั้งแต่ 21- ปีขึ้นไป	35	35.00
รวม	100	100.00

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ระบุระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ตั้งแต่ 21 ปี ขึ้นไปมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.00 รองลงมา ได้แก่ ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจระหว่าง 11-15 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.00 ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจระหว่าง 6-10 ปี คิดเป็นร้อยละ 20.00 ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจระหว่าง 16-20 ปี คิดเป็นร้อยละ 19.00 และระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจระหว่าง 1-5 ปี คิดเป็นร้อยละ 4.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อปี

รายได้ต่อปี	จำนวน(องค์กร)	ร้อยละ
ไม่เกิน 5,000,000 บาท	10	10.00
5,000,001-10,000,000 บาท	15	15.00
10,000,001-15,000,000 บาท	9	9.00
15,000,001-20,000,000 บาท	31	31.00
20,000,001 บาทขึ้นไป	35	35.00
รวม	100	100.00

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ระบุรายได้ขององค์กร 20,000,001 บาทขึ้นไปมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.00 รองลงมา ได้แก่ รายได้ 15,000,001-20,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 31.00 รายได้ 5,000,001-10,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 15.00 รายได้ ไม่เกิน 5,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 10.00 และ รายได้ 10,000,001-15,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 9.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามพฤติกรรมการซื้ออุปกรณ์การพิมพ์

พฤติกรรมการซื้ออุปกรณ์การพิมพ์	จำนวน(องค์กร)	ร้อยละ
จากผู้ผลิตรายเดียว	3	3.00
จากผู้ผลิตหลายราย	97	97.00
รวม	100	100.00

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีพฤติกรรมการซื้ออุปกรณ์การพิมพ์จากผู้ผลิตหลายรายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 97.00 รองลงมา ได้แก่ จากผู้ผลิตรายเดียว คิดเป็นร้อยละ 3.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 13 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทอุปกรณ์การพิมพ์ที่ซื้อ

ประเภทอุปกรณ์การพิมพ์ที่ซื้อ	จำนวน(องค์กร)	ร้อยละ
หมึกพิมพ์	97	97.00
ฟ้ายาง	88	88.00
น้ำยาทำความสะอาดเพลท	86	86.00
เคมีต่างๆ	76	76.00
น้ำยาล้างเพลท	75	75.00
เพลท	70	70.00
แป้งฟัน	70	70.00
ฟิล์ม	39	39.00
กระดาษ	15	15.00

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 100 ราย

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทอุปกรณ์การพิมพ์ที่ซื้อหมึกพิมพ์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 97.00 รองลงมา ได้แก่ ฟ้ายาง คิดเป็นร้อยละ 88.00 น้ำยาทำความสะอาดเพลท คิดเป็นร้อยละ 86.00 เคมีต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 76.00 น้ำยาล้างเพลท คิดเป็นร้อยละ 75.00 แป้งฟันและเพลท คิดเป็นร้อยละ 70.00 ฟิล์ม คิดเป็นร้อยละ 39.00 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 15.00 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออุปกรณ์

การพิมพ์ของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมการพิมพ์ในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด

ด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออุปกรณ์การพิมพ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ		
ตราชื่อ/ผู้ผลิตที่มีชื่อเสียงเป็นที่ เชื่อถือ	15 (15)	33 (33)	46 (46)	4 (4)	2 (2)	3.55 (มาก)	8
คุณภาพของผลิตภัณฑ์ เช่นหมึก เพลท ฟิล์มและเคมีต่างๆ ฯลฯ	41 (41)	35 (35)	23 (23)	1 (1)	- -	4.16 (มาก)	2
ความสะดวกในการใช้งานของ ผลิตภัณฑ์ เช่นหมึก เพลท ฟิล์ม และเคมีต่างๆ ฯลฯ	32 (32)	46 (46)	21 (21)	1 (1)	- -	4.09 (มาก)	4
ผลลัพธ์ในใช้ผลิตภัณฑ์ตรงกับ ความต้องการหรือในปริมาณที่ เหมาะสม	39 (39)	35 (35)	26 (26)	- -	- -	4.13 (มาก)	3
ขนาดบรรจุของผลิตภัณฑ์	5 (5)	19 (19)	50 (50)	26 (26)	- -	3.03 (ปานกลาง)	9
ผลิตภัณฑ์ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมทั้ง ทางตรงและทางอ้อม	43 (34)	33 (33)	19 (19)	4 (4)	1 (1)	4.13 (มาก)	3
ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลายในการ ใช้งาน	12 (12)	39 (39)	46 (46)	3 (3)	- -	3.60 (มาก)	7
มีเอกสารรับรองคุณภาพของ ผลิตภัณฑ์ เช่นหมึก เพลท ฟิล์ม และเคมีต่างๆ ฯลฯ	32 (32)	36 (36)	21 (21)	11 (11)	- -	3.89 (มาก)	6
ผลิตภัณฑ์มีมาตรฐาน เช่น ISO 1400 MSDS SGS ฯลฯ	12 (12)	39 (39)	46 (46)	3 (3)	- -	4.23 (มาก)	1
ความครบถ้วนของฉลาก ผลิตภัณฑ์และวิธีการใช้งาน	32 (32)	36 (36)	21 (21)	11 (11)	- -	4.07 (มาก)	5
ค่าเฉลี่ยรวม						3.90 (มาก)	

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออุปกรณ์การพิมพ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออุปกรณ์การพิมพ์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด 3 อันดับแรกคือ ผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐาน เช่น ISO1400 MSDS SGS (ค่าเฉลี่ย 4.23) รองลงมา ได้แก่ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ เช่นหมึก เพลท ฟิล์ม และเคมีต่างๆ ฯลฯ (ค่าเฉลี่ย 4.16) และ ผลลัพธ์ในใช้ผลิตภัณฑ์ตรงกับความต้องการหรือในปริมาณที่เหมาะสม ผลิตภัณฑ์ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมทั้งทางตรงและทางอ้อม (ค่าเฉลี่ย 4.13) ตามลำดับ

ตารางที่15แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออุปกรณ์การพิมพ์

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ		
ราคาเป็นมาตรฐาน	29 (29)	44 (44)	26 (26)	1 (1)	- -	4.01 (มาก)	3
ราคาเหมาะสมกับปริมาณ	31 (31)	47 (47)	22 (22)	- -	- -	4.09 (มาก)	2
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	36 (36)	43 (43)	19 (19)	2 (2)	- -	4.13 (มาก)	1
ราคาต่ำกว่าที่ซื้อจากผู้ขายรายอื่น	21 (21)	15 (15)	53 (53)	11 (11)	- -	3.46 (ปานกลาง)	5
เงื่อนไขการชำระเงิน เช่น เงินสด 30 วัน, 60 วัน, 90 วัน เป็นต้น	27 (27)	35 (35)	36 (36)	2 (2)	- -	3.87 (มาก)	4
ค่าเฉลี่ยรวม						3.91 (มาก)	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออุปกรณ์การพิมพ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.91)

ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออุปกรณ์การพิมพ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด 3 อันดับแรกคือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.13) รองลงมาได้แก่ ราคาเหมาะสมกับปริมาณ (ค่าเฉลี่ย 4.09) และ ราคาเป็นมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 4.01) ตามลำดับ

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออุปกรณ์การพิมพ์

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ		
สถานที่ตั้งบริษัทสะดวกในการติดต่อ	27 (27)	23 (23)	37 (37)	8 (8)	5 (5)	3.59 (มาก)	4
การตกแต่งหน้าร้านน่าสนใจ	3 (3)	12 (12)	54 (54)	26 (26)	5 (5)	2.82 (ปานกลาง)	9
ห้องติดต่องานเป็นสัดส่วน	5 (5)	16 (16)	49 (49)	27 (27)	3 (3)	2.93 (ปานกลาง)	8
สถานที่สะอาดเรียบร้อย	10 (10)	31 (31)	41 (41)	15 (15)	3 (3)	3.30 (ปานกลาง)	5
ที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ	11 (11)	27 (27)	42 (42)	17 (17)	3 (3)	3.26 (ปานกลาง)	6
สถานที่ตั้งร้านหาง่ายและมองเห็นเด่นชัด	14 (14)	21 (21)	41 (41)	22 (22)	2 (2)	3.23 (ปานกลาง)	7
เวลาเปิดให้บริการสะดวกในการติดต่อ	50 (50)	32 (32)	12 (12)	5 (5)	1 (1)	4.25 (มาก)	2
ความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์	65 (65)	28 (28)	6 (6)	-	1 (1)	4.56 (มากที่สุด)	1
การกำหนดปริมาณการสั่งซื้อขั้นต่ำ	29 (29)	26 (26)	43 (43)	2 (2)	-	3.82 (มาก)	3
ค่าเฉลี่ยรวม						3.56 (มาก)	

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออุปกรณ์การพิมพ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.56)

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออุปกรณ์การพิมพ์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด 3 อันดับแรกคือ ความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.56) รองลงมา ได้แก่ เวลาเปิดให้บริการสะดวกในการติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 4.25) และการกำหนดปริมาณการสั่งซื้อขั้นต่ำ (ค่าเฉลี่ย 3.82) ตามลำดับ

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนร้อยละค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออุปกรณ์การพิมพ์

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ		
มีพนักงานขายตรง	11 (11)	42 (42)	37 (37)	7 (7)	3 (3)	3.51 (มาก)	9
ความเป็นกันเองของพนักงานขาย	22 (22)	44 (44)	25 (25)	6 (6)	3 (3)	3.76 (มาก)	6
มือถือนำเสนอสินค้า	4 (4)	15 (15)	52 (52)	25 (25)	4 (4)	2.90 (ปานกลาง)	14
มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์	18 (18)	45 (45)	33 (33)	2 (2)	2 (2)	3.75 (มาก)	7
มีการแจกตัวอย่างเพื่อทดลองใช้	39 (39)	34 (34)	20 (20)	4 (4)	3 (3)	4.02 (มาก)	5
การแจกคู่มือส่วนลดในการซื้อครั้งต่อไป	8 (8)	14 (14)	43 (43)	28 (28)	7 (7)	2.88 (ปานกลาง)	15
มีการส่งเสริมการขายด้วยวิธีต่างๆ เช่น การให้ส่วนลดของแถม หรือของชำร่วย	10 (10)	18 (18)	43 (43)	23 (23)	6 (6)	3.03 (ปานกลาง)	12

ตารางที่ 17 (ต่อ)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ		
มีการแจ้งข้อมูลข่าวสารและ ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	9 (9)	48 (48)	33 (33)	8 (8)	2 (2)	3.54 (มาก)	8
การสะสมยอดสั่งซื้อเพื่อเป็น ส่วนลดครั้งต่อไป	6 (6)	28 (28)	34 (34)	28 (28)	4 (4)	3.04 (ปานกลาง)	11
มีการแจกของที่ระลึก ในโอกาสต่างๆ	4 (6)	17 (17)	50 (50)	24 (24)	5 (5)	2.91 (ปานกลาง)	13
การจัดอบรมสัมมนาให้ความรู้ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของอุปกรณ์ การพิมพ์ให้กับลูกค้า	8 (8)	34 (34)	42 (42)	13 (13)	3 (3)	3.31 (ปานกลาง)	10
การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วารสารการพิมพ์ สำนักพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์	3 (3)	20 (20)	43 (43)	28 (28)	6 (6)	2.86 (ปานกลาง)	16
การให้บริการที่รวดเร็วและตรง ต่อเวลา	73 (73)	20 (20)	7 (7)	- -	- -	4.66 (มากที่สุด)	1
มีการบริการหลังการขาย	53 (53)	34 (34)	10 (10)	2 (2)	1 (1)	4.36 (มาก)	3
มีการติดตามลูกค้าและให้ความรู้ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อย่างสม่ำเสมอ	52 (52)	32 (32)	10 (10)	6 (6)	- -	4.30 (มาก)	4
พนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดีและ สามารถตอบคำถามลูกค้าได้	52 (52)	32 (32)	10 (10)	6 (6)	- -	4.53 (มากที่สุด)	2
ค่าเฉลี่ยรวม						3.58 (มาก)	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออุปกรณ์การพิมพ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.58)

ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออุปกรณ์การพิมพ์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด 3 อันดับแรกคือ การให้บริการรวดเร็วและตรงต่อเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.66) รองลงมา ได้แก่ พนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดีและสามารถตอบคำถามลูกค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 4.53) และ มีการบริการหลังการขาย (ค่าเฉลี่ย 4.36) ตามลำดับ

ตารางที่ 18 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออุปกรณ์ของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมการพิมพ์

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
ด้านผลิตภัณฑ์	3.90	มาก	2
ด้านราคา	3.91	มาก	1
ด้านการจัดจำหน่าย	3.56	มาก	4
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.58	มาก	3
ค่าเฉลี่ยรวม	3.73	มาก	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 18 เมื่อพิจารณปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออุปกรณ์การพิมพ์ของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมการพิมพ์ในกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.73) โดยมีค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดในแต่ละด้านเรียงตามลำดับ คือ ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.91) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.90) ด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.58) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.56)

2.1 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออุปกรณ์การพิมพ์จำแนกตาม

ตำแหน่งงาน

ตารางที่ 19 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบ

แบบสอบถาม จำแนกตำแหน่งงาน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ตำแหน่งงาน					
	เจ้าของกิจการ/ กรรมการผู้จัดการ		ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ		ผู้จัดการ ฝ่ายผลิต	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่
ตราชื่อ/ผู้ผลิตที่มีชื่อเสียงเป็นที่เชื่อถือ	3.48 (ปานกลาง)	9	3.65 (มาก)	6	3.48 (ปานกลาง)	8
คุณภาพของผลิตภัณฑ์ เช่นหมึก เพลท ฟิล์มและเคมีต่างๆ ฯลฯ	4.03 (มาก)	4	4.07 (มาก)	2	4.41 (มาก)	3
ความสะดวกในการใช้งานของ ผลิตภัณฑ์ เช่นหมึก เพลท ฟิล์ม และเคมี ต่างๆ ฯลฯ	4.00 (มาก)	5	3.97 (มาก)	5	4.34 (มาก)	5
ผลลัพธ์ในใช้ผลิตภัณฑ์ตรงกับ ความต้องการหรือในปริมาณที่เหมาะสม	3.93 (มาก)	6	4.05 (มาก)	3	4.44 (มาก)	2
ขนาดบรรจุของผลิตภัณฑ์	2.87 (ปานกลาง)	10	3.02 (ปานกลาง)	8	3.20 (ปานกลาง)	9
ผลิตภัณฑ์ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมทั้ง ทางตรงและทางอ้อม	4.09 (มาก)	2	4.15 (มาก)	1	4.13 (มาก)	3
ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลายในการใช้ งาน	3.67 (มาก)	8	3.52 (มาก)	7	3.62 (มาก)	7
มีเอกสารรับรองคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เช่นหมึก เพลท ฟิล์ม และเคมีต่างๆ ฯลฯ	3.70 (มาก)	7	3.97 (มาก)	5	3.96 (มาก)	6
ผลิตภัณฑ์มีมาตรฐาน เช่น IS1400 MSDS SGS ฯลฯ	4.22 (มาก)	1	4.07 (มาก)	2	4.44 (มาก)	1
ความครบถ้วนของฉลาก ผลิตภัณฑ์และวิธีการใช้งาน	4.06 (มาก)	3	4.02 (มาก)	4	4.13 (มาก)	4
ค่าเฉลี่ยรวม	3.80 (มาก)		3.85 (มาก)		4.01 (มาก)	

จากตารางที่ 19 พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออุปกรณ์การพิมพ์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งเจ้าของกิจการ/กรรมการผู้จัดการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐานเช่น ISO1400 MSDS SGS ฯลฯ (ค่าเฉลี่ย 4.22) รองลงมา ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมทั้งทางตรงและทางอ้อม (ค่าเฉลี่ย 4.09) และความครบถ้วนของฉลากผลิตภัณฑ์และวิธีการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.06) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออุปกรณ์การพิมพ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.85) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ผลิตภัณฑ์ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมทั้งทางตรงและทางอ้อม (ค่าเฉลี่ย 4.15) รองลงมา ได้แก่ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ เช่น หมึก เพลท ฟิล์ม และเคมีต่างๆ ฯลฯ และผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐานเช่น ISO1400 MSDS SGS ฯลฯ (ค่าเฉลี่ย 4.07) และผลลัพธ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์ตรงกับความต้องการหรือในปริมาณที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.05) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออุปกรณ์การพิมพ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายผลิต โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.01) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐานเช่น ISO1400 MSDS SGS ฯลฯ และผลลัพธ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์ตรงกับความต้องการหรือในปริมาณที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.44) รองลงมา ได้แก่ คุณภาพของผลิตภัณฑ์เช่น หมึก เพลท ฟิล์ม และเคมีต่างๆ ฯลฯ (ค่าเฉลี่ย 4.41) และความสะดวกในการใช้งานของผลิตภัณฑ์เช่น หมึก เพลท ฟิล์มและเคมีต่างๆ ฯลฯ (ค่าเฉลี่ย 4.34) ตามลำดับ

ตารางที่ 20 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่งงาน

ปัจจัยด้านราคา	ตำแหน่งงาน					
	เจ้าของกิจการ/ กรรมการผู้จัดการ		ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ		ผู้จัดการฝ่ายผลิต	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่
ราคาเป็นมาตรฐาน	4.06 (มาก)	3	3.95 (มาก)	3	4.03 (มาก)	3
ราคาเหมาะสมกับปริมาณ	4.22 (มาก)	1	3.97 (มาก)	2	4.10 (มาก)	2
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	4.12 (มาก)	2	4.05 (มาก)	1	4.24 (มาก)	1
ราคาต่ำกว่าที่ซื้อจากผู้ขายรายอื่น	3.54 (มาก)	5	3.37 (ปานกลาง)	5	3.48 (ปานกลาง)	5
เงื่อนไขการชำระเงิน เช่น เงินสด 30 วัน, 60 วัน, 90 วัน เป็นต้น	3.93 (มาก)	4	3.77 (มาก)	4	3.93 (มาก)	4
ค่าเฉลี่ยรวม	3.97 (มาก)		3.82 (มาก)		3.95 (มาก)	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 20 พบว่า ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออุปกรณ์การพิมพ์ของผู้ตอบแบบที่มีตำแหน่งเจ้าของกิจการ/กรรมการผู้จัดการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด 3 อันดับแรก คือราคาเหมาะสมกับปริมาณ (ค่าเฉลี่ย 4.22) รองลงมา ได้แก่ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.12) และ ราคาเป็นมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 4.06) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออุปกรณ์การพิมพ์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.82) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด 3 อันดับแรก คือราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.05) รองลงมา ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับปริมาณ (ค่าเฉลี่ย 3.97) และ ราคาเป็นมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 3.95) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออุปกรณ์การพิมพ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายผลิต โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.95) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด 3 อันดับแรก คือราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.24) รองลงมา ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับปริมาณ (ค่าเฉลี่ย 4.10) และราคาเป็นมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 4.03) ตามลำดับ

ตารางที่ 21 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่งงาน

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ตำแหน่งงาน					
	เจ้าของกิจการ/กรรมการผู้จัดการ		ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ		ผู้จัดการฝ่ายผลิต	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่
สถานที่ตั้งบริษัทสะดวกในการติดต่อ	3.38 (ปานกลาง)	4	3.67 (มาก)	4	3.68 (มาก)	3
การตกแต่งหน้าร้านน่าสนใจ	2.61 (ปานกลาง)	9	2.82 (ปานกลาง)	9	3.03 (ปานกลาง)	8
ห้องติดต่องานเป็นสัดส่วน	2.70 (ปานกลาง)	8	2.92 (ปานกลาง)	8	3.17 (ปานกลาง)	7
สถานที่สะอาดเรียบร้อย	3.09 (ปานกลาง)	7	3.20 (ปานกลาง)	6	3.65 (มาก)	4
ที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ	3.16 (ปานกลาง)	5	3.22 (ปานกลาง)	5	3.41 (ปานกลาง)	6
สถานที่ตั้งร้านหาง่ายและมองเห็นเด่นชัด	3.12 (ปานกลาง)	6	3.12 (ปานกลาง)	7	3.48 (ปานกลาง)	5
เวลาเปิดให้บริการสะดวกในการติดต่อ	4.16 (มาก)	2	4.35 (มาก)	2	4.20 (มาก)	2
ความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์	4.58 (มากที่สุด)	1	4.55 (มากที่สุด)	1	4.55 (มากที่สุด)	1
การกำหนดปริมาณการสั่งซื้อขั้นต่ำ	3.93 (มาก)	3	3.85 (มาก)	3	3.65 (มาก)	4
ค่าเฉลี่ยรวม	3.41 (ปานกลาง)		3.52 (มาก)		3.64 (มาก)	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 21 พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออุปกรณ์การพิมพ์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งเจ้าของกิจการ/กรรมการผู้จัดการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.41) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.58) รองลงมา ได้แก่ เวลาเปิดให้บริการสะดวกในการติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 4.16) และ การกำหนดปริมาณการสั่งซื้อขั้นต่ำ (ค่าเฉลี่ย 3.93) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออุปกรณ์การพิมพ์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.52) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.55) รองลงมา ได้แก่ เวลาเปิดให้บริการสะดวกในการติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 4.35) และการกำหนดปริมาณการสั่งซื้อขั้นต่ำ (ค่าเฉลี่ย 3.85) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออุปกรณ์การพิมพ์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายผลิต โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.55) รองลงมา ได้แก่ เวลาเปิดให้บริการสะดวกในการติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 4.20) และสถานที่ตั้งบริษัทสะดวกในการติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 3.68) ตามลำดับ

ตารางที่ 22 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริม
การตลาดผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่งงาน

ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	ตำแหน่งงาน					
	เจ้าของกิจการ/ กรรมการผู้จัดการ		ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ		ผู้จัดการฝ่ายผลิต	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่
มีพนักงานขายตรง	3.51 (มาก)	8	3.52 (มาก)	8	3.48 (ปานกลาง)	9
ความเป็นกันเองของ พนักงานขาย	3.61 (มาก)	7	3.75 (มาก)	7	3.93 (มาก)	5
มีออกงานแสดงสินค้า	2.93 (ปานกลาง)	12	2.92 (ปานกลาง)	12	2.82 (ปานกลาง)	16
มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์	3.67 (มาก)	6	3.77 (มาก)	6	3.79 (มาก)	6
มีการแจกตัวอย่างเพื่อทดลอง ใช้	4.03 (มาก)	5	4.22 (มาก)	4	3.72 (มาก)	7
การแจกคู่มือส่วนลดในการ ซื้อครั้งต่อไป	3.00 (ปานกลาง)	11	2.77 (ปานกลาง)	14	2.89 (ปานกลาง)	15
มีการส่งเสริมการขายด้วยวิธี ต่างๆ เช่น การให้ส่วนลด ของแถม หรือของชำร่วย	3.09 (ปานกลาง)	10	2.95 (ปานกลาง)	11	3.06 (ปานกลาง)	12
มีการแจ้งข้อมูลข่าวสารและ ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์	3.67 (มาก)	6	3.45 (ปานกลาง)	9	3.51 (มาก)	8
การสะสมยอดสั่งซื้อเพื่อเป็น ส่วนลดครั้งต่อไป	3.09 (ปานกลาง)	10	2.90 (ปานกลาง)	13	3.17 (ปานกลาง)	10

ตารางที่ 22 (ต่อ)

ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	ตำแหน่งงาน					
	เจ้าของกิจการ/ กรรมการผู้จัดการ		ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ		ผู้จัดการฝ่ายผลิต	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่
มีการแจกของที่ระลึก ในโอกาสต่างๆ	2.87 (ปานกลาง)	13	2.90 (ปานกลาง)	13	2.96 (ปานกลาง)	13
การจัดอบรมสัมมนาให้ ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของ อุปกรณ์การพิมพ์ให้กับลูกค้า	3.35 (ปานกลาง)	9	3.4 (ปานกลาง)	10	3.13 (ปานกลาง)	11
การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วารสารการพิมพ์ สำนักพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์	2.93 (ปานกลาง)	12	2.75 (ปานกลาง)	15	2.93 (ปานกลาง)	14
การให้บริการที่รวดเร็วและ ตรงต่อเวลา	4.74 (มากที่สุด)	1	4.57 (มากที่สุด)	1	4.68 (มากที่สุด)	1
มีการบริการหลังการขาย	4.54 (มากที่สุด)	3	4.20 (มาก)	5	4.37 (มาก)	3
มีการติดตามลูกค้าและให้ ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ อย่างสม่ำเสมอ	4.22 (มาก)	4	4.35 (มาก)	3	4.31 (มาก)	4
พนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดีและ สามารถตอบคำถามลูกค้าได้	4.64 (มากที่สุด)	2	4.45 (มาก)	2	4.51 (มากที่สุด)	2
ค่าเฉลี่ยรวม	3.61 (มาก)		3.55 (มาก)		3.58 (มาก)	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 22 พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออุปกรณ์การพิมพ์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งเจ้าของกิจการ/กรรมการผู้จัดการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.61) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การให้บริการที่รวดเร็วและตรงต่อเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.74) รองลงมา ได้แก่ พนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดีและสามารถตอบคำถามลูกค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 4.64) และมีการบริการหลังการขาย (ค่าเฉลี่ย 4.54) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออุปกรณ์การพิมพ์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.55) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การให้บริการที่รวดเร็วและตรงต่อเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.57) รองลงมา ได้แก่ พนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดีและสามารถตอบคำถามลูกค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 4.45) และมีการติดตามลูกค้าและให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.35) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออุปกรณ์การพิมพ์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายผลิต โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.58) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การให้บริการที่รวดเร็วและตรงต่อเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.6) รองลงมา ได้แก่ พนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดีและสามารถตอบคำถามลูกค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 4.51) และมีการบริการหลังการขาย (ค่าเฉลี่ย 4.37) ตามลำดับ

ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ยของส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออุปกรณ์การพิมพ์
จำแนกตามตำแหน่งงาน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ตำแหน่งงาน		
	เจ้าของกิจการ/ กรรมการผู้จัดการ	ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ	ผู้จัดการฝ่ายผลิต
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ด้านผลิตภัณฑ์	3.80 (มาก)	3.85 (มาก)	4.01 (มาก)
ด้านราคา	3.97 (มาก)	3.82 (มาก)	3.95 (มาก)
ด้านการจัดจำหน่าย	3.41 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.64 (มาก)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.61 (มาก)	3.55 (มาก)	3.58 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.69 (มาก)	3.68 (มาก)	3.79 (มาก)

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 23 เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อ
อุปกรณ์การพิมพ์ของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมการพิมพ์จำแนกตามตำแหน่งงาน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม
ที่เป็นเจ้าของกิจการ/กรรมการผู้จัดการให้ความสำคัญกับส่วนประสมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.69)
โดยมีปัจจัยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.97)
ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้จัดการฝ่ายซื้อให้ความสำคัญกับส่วนประสมอยู่ใน
ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.68) โดยมีปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.85)
ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้จัดการฝ่ายผลิต ให้ความสำคัญกับส่วนประสม
การตลาดอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.79) โดยมีปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.01)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะในการซื้ออุปกรณ์การพิมพ์ของผู้ประกอบการอุตสาหกรรม
พิมพ์ในกรุงเทพมหานคร

จากคำถามปลายเปิดในส่วนที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ได้ให้ข้อเสนอแนะใดๆ
เนื่องจากคำถามในส่วนที่ 1 และส่วนที่ 2 ครอบคลุมเนื้อหาตามหัวข้อการค้นคว้าอิสระแล้ว



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved