

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของลูกค้าในกรุงเทพมหานครในการซื้อกล้องสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยวด้วยระบบดิจิทัล ยี่ห้อแคนนอน โดยการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 420 นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์และแปลผลข้อมูลออกเป็น 5 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ตารางที่ 4-9)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการซื้อกล้องสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยวระบบดิจิทัล (DSLR) (ตารางที่ 10-15)

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกล้องสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยวด้วยระบบดิจิทัล (DSLR) ยี่ห้อแคนนอน ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ตารางที่ 16-20)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกล้องสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยวด้วยระบบดิจิทัล (DSLR) ยี่ห้อแคนนอน จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ตารางที่ 21-45)

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะที่มีต่อการเลือกซื้อกล้องสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยวด้วยระบบดิจิทัล (DSLR) ยี่ห้อแคนนอน (ตารางที่ 46)

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและสถานที่ที่ใช้เก็บแบบสอบถาม จำแนกตามเขตการปกครอง

เขตการปกครอง กรุงเทพมหานคร	สถานที่เก็บแบบสอบถาม	เลขที่แบบสอบถาม	จำนวน (ชุด)
เขตราชเทวี	- ห้างสรรพสินค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่า	101-170	70
เขตจตุจักร	- ตลาดนัดสวนจตุจักร - ร้านจำหน่ายกล้องโฟโต้ แล็บ	201-270	70
เขตลาดกระบัง	- มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหารลาดกระบัง - ร้านจำหน่ายกล้องดิจิทัลโฮม	301-370	70
เขตสาทร	- ศูนย์จำหน่าย-ซ่อมบำรุงกล้องยี่ห้อ แคนนอน	401-470	70
เขตภาษีเจริญ	- ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์ท่าพระ	501-570	70
เขตบางขุนเทียน	- ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลพลาซ่า พระรามที่ 2	601-670	70

จากตารางที่ 3 พบว่า แบบสอบถามจำนวน 420 ชุด ได้แบ่งกระจายเก็บแบบสอบถามตามเขตการปกครองของกรุงเทพมหานครในสัดส่วนที่เท่ากัน 70 ชุด โดยเขตราชเทวี (เลขที่แบบสอบถามที่ 101-170) ดำเนินการเก็บแบบสอบถามที่ห้างสรรพสินค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่า เขตจตุจักร(เลขที่แบบสอบถามที่ 201-270) ดำเนินการเก็บแบบสอบถามที่ตลาดนัดสวนจตุจักร ร้านจำหน่ายกล้องโฟโต้ แล็บ เขตลาดกระบัง(เลขที่แบบสอบถามที่ 301-370) ดำเนินการเก็บแบบสอบถามที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีเจ้าคุณทหารลาดกระบัง เขตสาทร(เลขที่แบบสอบถามที่ 401-470) ดำเนินการเก็บแบบสอบถามที่ศูนย์จำหน่าย-ซ่อมบำรุงกล้องยี่ห้อแคนนอน เขตภาษีเจริญ (เลขที่แบบสอบถามที่ 501-570) ดำเนินการเก็บแบบสอบถามที่ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์ท่าพระ และเขตบางขุนเทียน(เลขที่แบบสอบถามที่ 601-670) ดำเนินการเก็บแบบสอบถามที่ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลพลาซ่าพระรามที่ 2

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	220	52.38
หญิง	200	47.62
รวม	420	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 52.38 และเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 47.62 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	36	8.57
21 – 30 ปี	227	54.05
31 – 40 ปี	138	32.86
41 – 50 ปี	16	3.81
ตั้งแต่ 51 ปีขึ้นไป	3	0.71
รวม	420	100.00

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 54.05 รองลงมาคือ อายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.86 อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 8.57 อายุ 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 3.81 และอายุตั้งแต่ 51 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 0.71 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	283	67.38
สมรส	125	29.76
หม้าย/หย่าร้าง	12	2.86
รวม	420	100.00

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 67.38 รองลงมาคือ สถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 29.76 และสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง คิดเป็นร้อยละ 2.86 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	0	0.00
มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า	43	10.24
ปริญญาตรี	338	80.48
สูงกว่าปริญญาตรี	39	9.29
รวม	420	100.00

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 80.48 รองลงมาคือ มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 10.24 และสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 9.29 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	23	5.48
ธุรกิจส่วนตัว	41	9.76
พนักงานบริษัทเอกชน	189	45.00
นักเรียน/นักศึกษา	151	35.95
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	16	3.81
รวม	420	100.00

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.00 รองลงมาคือ นักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 35.95 ธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 9.76 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 5.48 และพ่อบ้าน/แม่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 3.81 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 10,000 บาท	128	30.48
10,001 - 20,000 บาท	123	29.29
20,001 - 30,000 บาท	97	23.10
30,001 - 40,000 บาท	40	9.52
40,001 - 50,000 บาท	23	5.48
มากกว่า 50,001 บาทขึ้นไป	9	2.14
รวม	420	100.00

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.48 รองลงมาคือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 29.29 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.10 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

30,001-40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 9.52 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001-50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 5.48 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 2.14 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการซื้อกล้องสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยวระบบดิจิทัล (DSLR)

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการซื้อกล้อง DSLR

วัตถุประสงค์ในการซื้อกล้อง DSLR	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สำหรับประกอบการทำงาน/การเรียน	164	39.05
สำหรับใช้ในการท่องเที่ยว	231	55.00
สำหรับเก็บสะสม	25	5.95
รวม	420	100.00

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อกล้อง DSLR สำหรับใช้ในการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 55.00 รองลงมาคือ สำหรับประกอบการทำงาน/การเรียน คิดเป็นร้อยละ 39.05 และสำหรับเก็บสะสม คิดเป็นร้อยละ 5.95 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่มีผลต่อการซื้อกล้อง DSLR

สื่อที่มีผลต่อการซื้อกล้อง DSLR	จำนวน (คน)	ร้อยละ
วิทยุ	12	2.86
โทรทัศน์	101	24.05
สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น นิตยสาร หนังสือพิมพ์	109	25.95
ป้ายโฆษณากลางแจ้ง	9	2.14
อินเทอร์เน็ต	184	43.81
อื่นๆ	5	1.19
รวม	420	100.00

หมายเหตุ : สื่ออื่นๆ ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญเรื่องกล้อง (2 คน) เพื่อนที่สะสมกล้อง (2 คน) เพื่อนร่วมงาน (1 คน)

จากตารางที่ 11 พบว่า สื่ออินเทอร์เน็ตมีผลต่อการซื้อกล้อง DSLR ของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.81 รองลงมาคือ สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น นิตยสาร หนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 25.95 โทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 24.05 วิทยุ คิดเป็นร้อยละ 2.86 ป้ายโฆษณากลางแจ้ง คิดเป็นร้อยละ 2.14 และสื่ออื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.19 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อกล้อง DSLR

ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อกล้อง DSLR	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บิดา-มารดา	103	24.52
สามี-ภรรยา	42	10.00
บุตร	6	1.43
ญาติพี่น้อง	10	2.38
เพื่อนร่วมงาน	70	16.67
ตัวเอง	175	41.67
พนักงานขาย	14	3.33
รวม	420	100.00

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อกล้อง DSLR ของผู้ตอบแบบสอบถามคือ ตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 41.67 รองลงมาคือ บิดา-มารดา คิดเป็นร้อยละ 24.52 เพื่อนร่วมงาน คิดเป็นร้อยละ 16.67 สามี-ภรรยา คิดเป็นร้อยละ 10.00 พนักงานขาย คิดเป็นร้อยละ 3.33 ญาติพี่น้อง คิดเป็นร้อยละ 2.38 และบุตร คิดเป็นร้อยละ 1.43 ตามลำดับ

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ซื้อกล้อง DSLR

สถานที่ซื้อกล้อง DSLR	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ห้างสรรพสินค้า	348	82.86
ร้านค้าปลีกทั่วไป	54	12.86
ร้านค้าบนอินเทอร์เน็ต	14	3.33
อื่นๆ	4	0.95
รวม	420	100.00

หมายเหตุ : สถานที่ซื้ออื่นๆ ได้แก่ ซื้อต่อจากคนรู้จัก (4 คน)

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อกล้อง DSLR จากห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 82.86 รองลงมาคือ ร้านค้าปลีกทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 12.86 ร้านค้าบนอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 3.33 และสถานที่ซื้ออื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.95 ตามลำดับ

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามงบประมาณในการซื้อ กล้อง DSLR

งบประมาณในการซื้อกล้อง DSLR	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 25,000 บาท	204	48.57
25,001 – 45,000 บาท	131	31.19
45,001 – 65,000 บาท	52	12.38
65,001 – 85,000 บาท	16	3.81
85,001 – 105,000 บาท	12	2.86
105,001 – 125,000 บาท	0	0.00
125,001 – 145,000 บาท	4	0.95
ตั้งแต่ 145,001 บาทขึ้นไป	1	0.24
รวม	420	100.00

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีงบประมาณในการซื้อกล้อง DSLR ไม่เกิน 25,000 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.57 รองลงมาคือ งบประมาณ 25,001 – 45,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 31.19 งบประมาณ 45,001 – 65,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.38 งบประมาณ 65,001 – 85,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.81 งบประมาณ 85,001 – 105,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.86 งบประมาณ 105,001 – 125,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.00 งบประมาณ 125,001 – 145,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.95 และงบประมาณตั้งแต่ 145,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 0.24 ตามลำดับ

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการชำระเงินในการซื้อกล้อง DSLR

วิธีการชำระเงินในการซื้อกล้อง DSLR	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เงินสด	170	40.48
ผ่อนชำระ	128	30.48
บัตรเครดิต	122	29.05
รวม	420	100.00

จากตารางที่ 15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีวิธีการชำระเงินในการซื้อกล้อง DSLR คือ ชำระเงินสด มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.48 รองลงมาคือ ผ่อนชำระ คิดเป็นร้อยละ 30.48 และบัตรเครดิต คิดเป็นร้อยละ 29.05 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกล้องสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยวด้วยระบบดิจิทัล (DSLR) ยี่ห้อแคนนอน

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกล้องสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยวด้วยระบบดิจิทัล (DSLR) ยี่ห้อแคนนอน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1. ความคมชัดและสีสันทนของภาพถ่าย	226 (53.81)	182 (43.33)	12 (2.86)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.51 (มากที่สุด)	1
2. ความคมชัดของหน้าจอแสดงผล	179 (42.62)	216 (51.43)	25 (5.95)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.37 (มาก)	2
3. ความเร็วในการประมวลผล	160 (38.10)	212 (50.48)	46 (10.95)	2 (0.48)	0 (0.00)	4.26 (มาก)	5
4. ขนาดและน้ำหนักของกล้อง	126 (30.00)	189 (45.00)	102 (24.29)	2 (0.48)	1 (0.24)	4.04 (มาก)	8
5. รูปทรงและโทนสีของตัวกล้อง	122 (29.05)	187 (44.52)	103 (24.52)	6 (1.43)	2 (0.48)	4.00 (มาก)	9
6. ความแข็งแรงทนทาน	153 (36.43)	177 (42.14)	87 (20.71)	3 (0.71)	0 (0.00)	4.14 (มาก)	6
7. รุ่นกล้องที่หลากหลาย	150 (35.71)	158 (37.62)	104 (24.76)	4 (0.95)	4 (0.95)	4.06 (มาก)	7
8. ความสามารถในการพ่วงต่ออุปกรณ์อื่น	113 (26.90)	191 (45.48)	108 (25.71)	7 (1.67)	1 (0.24)	3.97 (มาก)	10
9. ฟังก์ชันการทำงานที่หลากหลาย	184 (43.81)	176 (41.90)	55 (13.10)	5 (1.19)	0 (0.00)	4.28 (มาก)	4
10. ความน่าเชื่อถือของตราสินค้า	207 (49.29)	159 (37.86)	47 (11.19)	7 (1.67)	0 (0.00)	4.35 (มาก)	3
ค่าเฉลี่ยรวม						4.20 (มาก)	

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง สำคัญมากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง สำคัญมาก, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง สำคัญปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง สำคัญน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.20) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยดังนี้ ปัจจัยย่อยที่ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ได้แก่ ความคมชัดและสีต้นของภาพถ่าย (ค่าเฉลี่ย 4.51) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ความคมชัดของ หน้าจอแสดงผล (ค่าเฉลี่ย 4.37) ความน่าเชื่อถือของตราสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.35) ฟังก์ชันการทำงานที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.28) ความเร็วในการประมวลผล (ค่าเฉลี่ย 4.26) ความแข็งแรงทนทาน (ค่าเฉลี่ย 4.14) รุ่นกล้องที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.06) ขนาดและน้ำหนักของกล้อง (ค่าเฉลี่ย 4.04) รูปทรงและโทนสีของตัวกล้อง (ค่าเฉลี่ย 4.00) และความสามารถในการฟุ้งต่ออุปกรณ์อื่น (ค่าเฉลี่ย 3.97) ตามลำดับ

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกล้องสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยวด้วยระบบดิจิทัล (DSLR) ยี่ห้อแคนนอน

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	189 (45.00)	188 (44.76)	43 (10.24)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.35 (มาก)	1
2. ค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษากล้อง	99 (23.57)	191 (45.48)	119 (28.33)	8 (1.90)	3 (0.71)	3.89 (มาก)	2
3. ค่าใช้จ่ายในการซื้ออุปกรณ์ฟ่วง เช่น เลนส์ แฟลช ขาดังกล้อง	84 (20.00)	169 (40.24)	157 (37.38)	9 (2.14)	1 (0.24)	3.78 (มาก)	5
4. ระยะเวลาการผ่อนชำระเงิน	131 (31.19)	121 (28.81)	131 (31.19)	23 (5.48)	14 (3.33)	3.79 (มาก)	3
5. จำนวนเงินผ่อนชำระต้องงวด	132 (31.43)	124 (29.52)	123 (29.29)	24 (5.71)	17 (4.05)	3.79 (มาก)	3
ค่าเฉลี่ยรวม						3.92 (มาก)	

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง สำคัญมากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง สำคัญมาก, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง สำคัญปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง สำคัญน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.92) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยดังนี้ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.35) ค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษากล้อง (ค่าเฉลี่ย 3.89) ระยะเวลาการผ่อนชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.79) จำนวนเงินผ่อนชำระต้องงวด (ค่าเฉลี่ย 3.79) และค่าใช้จ่ายในการซื้ออุปกรณ์ฟ่วง เช่น เลนส์ แฟลช ขาดังกล้อง (ค่าเฉลี่ย 3.78) ตามลำดับ

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกล้องสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยวด้วยระบบดิจิทัล (DSLR) ยี่ห้อแคนนอน

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1. การมีศูนย์/ตัวแทนจำหน่ายมากเพียงพอ	98 (23.33)	186 (44.29)	122 (29.05)	12 (2.86)	2 (0.48)	3.87 (มาก)	1
2. ทำเลที่ตั้งของศูนย์/ตัวแทนจำหน่ายอยู่ในจุดที่สะดวกสำหรับลูกค้า	90 (21.43)	185 (44.05)	134 (31.90)	8 (1.90)	3 (0.71)	3.84 (มาก)	3
3. ความน่าเชื่อถือของศูนย์/ตัวแทนจำหน่าย	95 (22.62)	185 (44.05)	131 (31.19)	9 (2.14)	0 (0.00)	3.87 (มาก)	1
4. วันและเวลาเปิด-ปิดทำการของศูนย์/ตัวแทนจำหน่าย	82 (19.52)	161 (38.33)	158 (37.62)	14 (3.33)	5 (1.19)	3.72 (มาก)	4
ค่าเฉลี่ยรวม						3.82 (มาก)	

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง สำคัญมากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง สำคัญมาก, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง สำคัญปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง สำคัญน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.82) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยดังนี้ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ การมีศูนย์/ตัวแทนจำหน่ายมากเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.87) ความน่าเชื่อถือของศูนย์/ตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.87) ทำเลที่ตั้งของศูนย์/ตัวแทนจำหน่ายอยู่ในจุดที่สะดวกสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.84) และวันและเวลาเปิด-ปิดทำการของศูนย์/ตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.72) ตามลำดับ

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกล้องสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยวด้วยระบบดิจิทัล (DSLR) ยี่ห้อ แคนนอน

ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1. การจัดวางสินค้าใน ศูนย์/ตัวแทนจำหน่าย	89 (21.19)	164 (39.05)	149 (35.48)	14 (3.33)	4 (0.95)	3.76 (มาก)	11
2. การบริการของ พนักงานขาย	108 (25.71)	196 (46.67)	107 (25.48)	7 (1.67)	2 (0.48)	3.95 (มาก)	6
3. ความรู้เกี่ยวกับกล้อง ของพนักงานขาย	106 (25.24)	188 (44.76)	117 (27.86)	9 (2.14)	0 (0.00)	3.93 (มาก)	8
4. การให้คำแนะนำของ พนักงานขาย	107 (25.48)	195 (46.43)	110 (26.19)	8 (1.90)	0 (0.00)	3.95 (มาก)	6
5. การโฆษณาในสื่อ ต่างๆ เช่น แผ่นพับ อินเทอร์เน็ต วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น	88 (20.95)	179 (42.62)	133 (31.67)	19 (4.52)	1 (0.24)	3.80 (มาก)	10
6. การมีศูนย์บริการ หลังการขาย	141 (33.57)	164 (39.05)	100 (23.81)	13 (3.10)	2 (0.48)	4.02 (มาก)	5
7. การจัดรายการ แนะนำสินค้า(Event)	92 (21.90)	188 (44.76)	123 (29.29)	14 (3.33)	3 (0.71)	3.84 (มาก)	9
8. การมีอุปกรณ์ของ แถม	156 (37.14)	147 (35.00)	98 (23.33)	13 (3.10)	6 (1.43)	4.03 (มาก)	4
9. การรับประกันการ ใช้งาน	190 (45.24)	153 (36.43)	65 (15.48)	11 (2.62)	1 (0.24)	4.24 (มาก)	1
10. การให้ส่วนลด	182 (43.33)	117 (27.86)	102 (24.29)	18 (4.29)	1 (0.24)	4.10 (มาก)	2

ตารางที่ 19 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกล้องสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยวด้วยระบบดิจิทัล (DSLR) ยี่ห้อแคนนอน

ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
11. การจัดให้มีการผ่อนชำระโดยไม่มีดอกเบี้ย	195 (46.43)	94 (22.83)	99 (23.57)	22 (5.24)	10 (2.38)	4.05 (มาก)	3
ค่าเฉลี่ยรวม						3.97 (มาก)	

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง สำคัญมากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง สำคัญมาก, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง สำคัญปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง สำคัญน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยดังนี้ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ การรับประกันการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.24) การให้ส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 4.10) การจัดให้มีการผ่อนชำระโดยไม่มีดอกเบี้ย (ค่าเฉลี่ย 4.05) การมีอุปกรณ์ของแถม (ค่าเฉลี่ย 4.03) การมีศูนย์บริการหลังการขาย (ค่าเฉลี่ย 4.02) การบริการของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.95) การให้คำแนะนำของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.95) ความรู้เกี่ยวกับกล้องของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.93) การจัดรายการแนะนำสินค้า (Event) (ค่าเฉลี่ย 3.84) การโฆษณาในสื่อต่าง ๆ เช่น แผ่นพับ อินเทอร์เน็ต วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.80) และการจัดวางสินค้าในศูนย์/ตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.76) ตามลำดับ

ตารางที่ 20 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกล้องสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยวด้วยระบบดิจิทัล (DSLR) ยี่ห้อแคนนอน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญ		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.20	มาก	1
2. ปัจจัยด้านราคา	3.92	มาก	3
3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.82	มาก	4
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.97	มาก	2
ค่าเฉลี่ยรวม	3.98	มาก	

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง สำคัญมากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง สำคัญมาก, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง สำคัญปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง สำคัญน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.98) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยดังนี้ ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.20) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.97) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.92) และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.82) ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกล้องสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยวด้วยระบบดิจิทัล (DSLR) ยี่ห้อแคนนอน จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 21 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกล้องสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยวด้วยระบบดิจิทัล (DSLR) ยี่ห้อแคนนอน จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
1. ความคมชัดและสีสันทนของภาพถ่าย	4.54 (มากที่สุด)	1	4.47 (มาก)	1
2. ความคมชัดของหน้าจอแสดงผล	4.35 (มาก)	4	4.38 (มาก)	2
3. ความเร็วในการประมวลผล	4.30 (มาก)	5	4.23 (มาก)	4
4. ขนาดและน้ำหนักของกล้อง	4.10 (มาก)	7	3.98 (มาก)	9
5. รูปทรงและโทนสีของตัวกล้อง	3.95 (มาก)	10	4.06 (มาก)	7
6. ความแข็งแรงทนทาน	4.14 (มาก)	6	4.14 (มาก)	6
7. รุ่นกล้องที่หลากหลาย	4.06 (มาก)	8	4.06 (มาก)	7
8. ความสามารถในการพ่วงต่ออุปกรณ์อื่น	3.98 (มาก)	9	3.96 (มาก)	10
9. ฟังก์ชันการทำงานที่หลากหลาย	4.37 (มาก)	3	4.19 (มาก)	5
10. ความน่าเชื่อถือของตราสินค้า	4.40 (มาก)	2	4.29 (มาก)	3
ค่าเฉลี่ยรวม	4.22 (มาก)		4.18 (มาก)	

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง สำคัญมากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง สำคัญมาก, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง สำคัญปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง สำคัญน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.22) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยดังนี้ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ได้แก่ ความคมชัดและสีสันทนของภาพถ่าย (ค่าเฉลี่ย 4.54) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของตราสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.40) ฟังก์ชันการทำงานที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.37) ความคมชัดของหน้าจอแสดงผล (ค่าเฉลี่ย 4.35) ความเร็วในการประมวลผล (ค่าเฉลี่ย 4.30) ความแข็งแรงทนทาน (ค่าเฉลี่ย 4.14) ขนาดและน้ำหนักของกล้อง (ค่าเฉลี่ย 4.10) รุ่นกล้องที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.06) ความสามารถในการพ่วงต่ออุปกรณ์อื่น (ค่าเฉลี่ย 3.98) และรูปทรงและโทนสีของตัวกล้อง (ค่าเฉลี่ย 3.95) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.18) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยดังนี้ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ความคมชัดและสีสันทนของภาพถ่าย (ค่าเฉลี่ย 4.47) ความคมชัดของหน้าจอแสดงผล (ค่าเฉลี่ย 4.38) ความน่าเชื่อถือของตราสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.29) ความเร็วในการประมวลผล (ค่าเฉลี่ย 4.23) ฟังก์ชันการทำงานที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.19) ความแข็งแรงทนทาน (ค่าเฉลี่ย 4.14) รูปทรงและโทนสีของตัวกล้อง (ค่าเฉลี่ย 4.06) รุ่นกล้องที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.06) ขนาดและน้ำหนักของกล้อง (ค่าเฉลี่ย 3.98) และความสามารถในการพ่วงต่ออุปกรณ์อื่น (ค่าเฉลี่ย 3.96) ตามลำดับ

ตารางที่ 22 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกล้องสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยวด้วยระบบดิจิทัล (DSLR) ยี่ห้อแคนนอน จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านราคา	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
1. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	4.44 (มาก)	1	4.25 (มาก)	1
2. ค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษากล้อง	3.95 (มาก)	2	3.84 (มาก)	2
3. ค่าใช้จ่ายในการซื้ออุปกรณ์พ่วง เช่น เลนส์ แฟลช ขาตั้งกล้อง	3.83 (มาก)	5	3.71 (มาก)	3
4. ระยะเวลาการผ่อนชำระเงิน	3.86 (มาก)	3	3.71 (มาก)	3
5. จำนวนเงินผ่อนชำระต่องวด	3.85 (มาก)	4	3.71 (มาก)	3
ค่าเฉลี่ยรวม	3.98 (มาก)		3.85 (มาก)	

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง สำคัญมากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง สำคัญมาก, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง สำคัญปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง สำคัญน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.98) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยดังนี้ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.44) ค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษากล้อง (ค่าเฉลี่ย 3.95) ระยะเวลาการผ่อนชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.86) จำนวนเงินผ่อนชำระต่องวด (ค่าเฉลี่ย 3.85) และค่าใช้จ่ายในการซื้ออุปกรณ์พ่วง เช่น เลนส์ แฟลช ขาตั้งกล้อง (ค่าเฉลี่ย 3.83) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.85) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยดังนี้ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.25) ค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษากล้อง (ค่าเฉลี่ย 3.84) ค่าใช้จ่ายในการซื้ออุปกรณ์พ่วง เช่น เลนส์ แฟลช ขาตั้งกล้อง (ค่าเฉลี่ย

3.71) ระยะเวลาการผ่อนชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.71) และจำนวนเงินผ่อนชำระต่องวด (ค่าเฉลี่ย 3.71) ตามลำดับ

ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยวด้วยระบบดิจิทัล (DSLR) ยี่ห้อแคนนอน จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
1. การมีศูนย์/ตัวแทนจำหน่ายมากเพียงพอ	3.89 (มาก)	3	3.85 (มาก)	1
2. ทำเลที่ตั้งของศูนย์/ตัวแทนจำหน่ายอยู่ในจุดที่สะดวกสำหรับลูกค้า	3.91 (มาก)	2	3.75 (มาก)	3
3. ความน่าเชื่อถือของศูนย์/ตัวแทนจำหน่าย	3.92 (มาก)	1	3.82 (มาก)	2
4. วันและเวลาเปิด-ปิดทำการของศูนย์/ตัวแทนจำหน่าย	3.76 (มาก)	4	3.67 (มาก)	4
ค่าเฉลี่ยรวม	3.87 (มาก)		3.77 (มาก)	

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง สำคัญมากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง สำคัญมาก, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง สำคัญปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง สำคัญน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.87) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยดังนี้ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของศูนย์/ตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.92) ทำเลที่ตั้งของศูนย์/ตัวแทนจำหน่ายอยู่ในจุดที่สะดวกสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.91) การมีศูนย์/ตัวแทนจำหน่ายมากเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.89) และวันและเวลาเปิด-ปิดทำการของศูนย์/ตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.76) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.77) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยดังนี้ ปัจจัยย่อยที่

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ การมีศูนย์/ตัวแทนจำหน่ายมากเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.85) ความน่าเชื่อถือของศูนย์/ตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.82) ท่าเลที่ตั้งของศูนย์/ตัวแทนจำหน่ายอยู่ในจุดที่สะดวกสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.75) และวันและเวลาเปิด-ปิดทำการของศูนย์/ตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.67) ตามลำดับ

ตารางที่ 24 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกล้องสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยวด้วยระบบดิจิทัล (DSLR) ยี่ห้อแคนนอน จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
1. การจัดวางสินค้าในศูนย์/ตัวแทนจำหน่าย	3.85 (มาก)	10	3.67 (มาก)	11
2. การบริการของพนักงานขาย	4.01 (มาก)	6	3.89 (มาก)	5
3. ความรู้เกี่ยวกับกล้องของพนักงานขาย	3.91 (มาก)	8	3.95 (มาก)	3
4. การให้คำแนะนำของพนักงานขาย	3.98 (มาก)	7	3.93 (มาก)	4
5. การโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น แผ่นพับ อินเทอร์เน็ต วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น	3.83 (มาก)	11	3.76 (มาก)	10
6. การมีศูนย์บริการหลังการขาย	4.06 (มาก)	5	3.98 (มาก)	2
7. การจัดรายการแนะนำสินค้า(Event)	3.88 (มาก)	9	3.79 (มาก)	9
8. การมีอุปกรณ์ของแถม	4.18 (มาก)	4	3.88 (มาก)	7
9. การรับประกันการใช้งาน	4.40 (มาก)	1	4.06 (มาก)	1
10. การให้ส่วนลด	4.31 (มาก)	2	3.86 (มาก)	8

ตารางที่ 24 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกล้องสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยวด้วยระบบดิจิทัล (DSLR) ยี่ห้อแคนนอน จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
11. การจัดให้มีการผ่อนชำระ โดยไม่มีดอกเบี้ย	4.20 (มาก)	3	3.89 (มาก)	5
ค่าเฉลี่ยรวม	4.06 (มาก)		3.88 (มาก)	

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง สำคัญมากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง สำคัญมาก, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง สำคัญปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง สำคัญน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.06) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยดังนี้ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ การรับประกันการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.40) การให้ส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 4.31) การจัดให้มีการผ่อนชำระ โดยไม่มีดอกเบี้ย (ค่าเฉลี่ย 4.20) การมีอุปกรณ์ของแถม (ค่าเฉลี่ย 4.18) การมีศูนย์บริการหลังการขาย (ค่าเฉลี่ย 4.06) การบริการของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.01) การให้คำแนะนำของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.98) ความรู้เกี่ยวกับกล้องของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.91) การจัดรายการแนะนำสินค้า (Event) (ค่าเฉลี่ย 3.88) การจัดวางสินค้าในศูนย์/ตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.85) และการโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น แผ่นพับ อินเทอร์เน็ต วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.83) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยดังนี้ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ การรับประกันการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.06) การมีศูนย์บริการหลังการขาย (ค่าเฉลี่ย 3.98) ความรู้เกี่ยวกับกล้องของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.95) การให้คำแนะนำของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.93) การบริการของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.89) การจัดให้มีการผ่อนชำระ โดยไม่มีดอกเบี้ย (ค่าเฉลี่ย 3.89) การมีอุปกรณ์ของแถม (ค่าเฉลี่ย 3.88) การให้ส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 3.86) การจัดรายการแนะนำสินค้า (Event) (ค่าเฉลี่ย 3.79) การโฆษณาในสื่อต่างๆ

เช่น แผ่นพับ อินเทอร์เน็ต วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.76) และการจัดวางสินค้าในศูนย์/ตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.67) ตามลำดับ

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้าที่ถ่ายภาพเลนส์เดี่ยวด้วยระบบดิจิทัล (DSLR) ยี่ห้อแคนนอน จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.22 (มาก)	1	4.18 (มาก)	1
2. ปัจจัยด้านราคา	3.98 (มาก)	3	3.85 (มาก)	3
3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.87 (มาก)	4	3.77 (มาก)	4
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	4.06 (มาก)	2	3.88 (มาก)	2
ค่าเฉลี่ยรวม	4.03 (มาก)		3.92 (มาก)	

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง สำคัญมากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง สำคัญมาก, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง สำคัญปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง สำคัญน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.03) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยดังนี้ ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.22) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 4.06) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.98) และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.87) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.92) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยดังนี้ ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.18) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

(ค่าเฉลี่ย 3.88) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.85) และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.77) ตามลำดับ

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกล้องสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยวด้วยระบบดิจิทัล (DSLR) ยี่ห้อแคนนอน จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อายุ							
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี		21-30 ปี		31-40 ปี		41 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
1. ความคมชัดและสีสันทองภาพถ่าย	4.33 (มาก)	3	4.49 (มาก)	1	4.56 (มากที่สุด)	1	4.68 (มากที่สุด)	1
2. ความคมชัดของหน้าจอแสดงผล	4.22 (มาก)	4	4.36 (มาก)	4	4.39 (มาก)	2	4.58 (มากที่สุด)	2
3. ความเร็วในการประมวลผล	4.22 (มาก)	4	4.26 (มาก)	5	4.25 (มาก)	3	4.47 (มาก)	3
4. ขนาดและน้ำหนักของกล้อง	4.00 (มาก)	9	4.02 (มาก)	9	4.07 (มาก)	7	4.11 (มาก)	7
5. รูปทรงและโทนสีของตัวกล้อง	4.11 (มาก)	7	3.97 (มาก)	10	4.04 (มาก)	8	3.95 (มาก)	10
6. ความแข็งแรงทนทาน	3.97 (มาก)	10	4.16 (มาก)	6	4.13 (มาก)	5	4.32 (มาก)	4
7. รุ่นกล้องที่หลากหลาย	4.17 (มาก)	6	4.08 (มาก)	7	3.99 (มาก)	9	4.11 (มาก)	7
8. ความสามารถในการพ่วงต่ออุปกรณ์อื่น	4.11 (มาก)	7	4.03 (มาก)	8	3.83 (มาก)	10	4.05 (มาก)	9
9. ฟังก์ชันการทำงานที่หลากหลาย	4.39 (มาก)	2	4.37 (มาก)	3	4.12 (มาก)	6	4.32 (มาก)	4
10. ความน่าเชื่อถือของตราสินค้า	4.44 (มาก)	1	4.43 (มาก)	2	4.22 (มาก)	4	4.16 (มาก)	6
ค่าเฉลี่ยรวม	4.20 (มาก)		4.22 (มาก)		4.16 (มาก)		4.27 (มาก)	

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง สำคัญมากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง สำคัญมาก, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง สำคัญปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง สำคัญน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.20) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยดังนี้ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของตราสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.44) ฟังก์ชันการทำงานที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.39) ความคมชัดและสีสันทนของภาพถ่าย (ค่าเฉลี่ย 4.33) ความคมชัดของหน้าจอแสดงผล (ค่าเฉลี่ย 4.22) ความเร็วในการประมวลผล (ค่าเฉลี่ย 4.22) รุ่นกล้องที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.17) รูปทรงและโทนสีของตัวกล้อง (ค่าเฉลี่ย 4.11) ความสามารถในการพ่วงต่ออุปกรณ์อื่น (ค่าเฉลี่ย 4.11) ขนาดและน้ำหนักของกล้อง (ค่าเฉลี่ย 4.00) และความแข็งแรงทนทาน (ค่าเฉลี่ย 3.97) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.22) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยดังนี้ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ความคมชัดและสีสันทนของภาพถ่าย (ค่าเฉลี่ย 4.49) ความน่าเชื่อถือของตราสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.43) ฟังก์ชันการทำงานที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.37) ความคมชัดของหน้าจอแสดงผล (ค่าเฉลี่ย 4.36) ความเร็วในการประมวลผล (ค่าเฉลี่ย 4.26) ความแข็งแรงทนทาน (ค่าเฉลี่ย 4.16) รุ่นกล้องที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.08) ความสามารถในการพ่วงต่ออุปกรณ์อื่น (ค่าเฉลี่ย 4.03) ขนาดและน้ำหนักของกล้อง (ค่าเฉลี่ย 4.02) และรูปทรงและโทนสีของตัวกล้อง (ค่าเฉลี่ย 3.97) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.16) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยดังนี้ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ได้แก่ ความคมชัดและสีสันทนของภาพถ่าย (ค่าเฉลี่ย 4.56) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ความคมชัดของหน้าจอแสดงผล (ค่าเฉลี่ย 4.39) ความเร็วในการประมวลผล (ค่าเฉลี่ย 4.25) ความน่าเชื่อถือของตราสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.22) ความแข็งแรงทนทาน (ค่าเฉลี่ย 4.13) ฟังก์ชันการทำงานที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.12) ขนาดและน้ำหนักของกล้อง (ค่าเฉลี่ย 4.07) รูปทรงและโทนสีของตัวกล้อง (ค่าเฉลี่ย 4.04) รุ่นกล้องที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.99) และความสามารถในการพ่วงต่ออุปกรณ์อื่น (ค่าเฉลี่ย 3.83) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.27) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยดังนี้ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ได้แก่ ความคมชัดและสีสันทนของภาพถ่าย

(ค่าเฉลี่ย 4.68) ความคมชัดของหน้าจอแสดงผล (ค่าเฉลี่ย 4.58) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ความเร็วในการประมวลผล (ค่าเฉลี่ย 4.47) ความแข็งแรงทนทาน (ค่าเฉลี่ย 4.32) ฟังก์ชันการทำงานที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.32) ความน่าเชื่อถือของตราสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.16) ขนาดและน้ำหนักของกล้อง (ค่าเฉลี่ย 4.11) รุ่นกล้องที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.11) ความสามารถในการพ่วงต่ออุปกรณ์อื่น (ค่าเฉลี่ย 4.05) และรูปทรงและโทนสีของตัวกล้อง (ค่าเฉลี่ย 3.95) ตามลำดับ

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกล้องสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยวด้วยระบบดิจิทัล (DSLR) ยี่ห้อแคนนอน จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านราคา	อายุ							
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี		21-30 ปี		31-40 ปี		41 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
1. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	4.36 (มาก)	1	4.35 (มาก)	1	4.34 (มาก)	1	4.37 (มาก)	1
2. ค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษากล้อง	4.00 (มาก)	2	3.85 (มาก)	2	3.93 (มาก)	2	3.89 (มาก)	2
3. ค่าใช้จ่ายในการซื้ออุปกรณ์พ่วง เช่น เลนส์ แฟลช ขาดังกล้อง	4.00 (มาก)	2	3.72 (มาก)	5	3.80 (มาก)	5	3.84 (มาก)	3
4. ระยะเวลาการผ่อนชำระเงิน	3.61 (มาก)	4	3.82 (มาก)	4	3.86 (มาก)	3	3.32 (ปานกลาง)	4
5. จำนวนเงินผ่อนชำระต่องวด	3.53 (มาก)	5	3.85 (มาก)	2	3.81 (มาก)	4	3.32 (ปานกลาง)	4
ค่าเฉลี่ยรวม	3.90 (มาก)		3.92 (มาก)		3.95 (มาก)		3.75 (มาก)	

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง สำคัญมากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง สำคัญมาก, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง สำคัญปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง สำคัญน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) เรียงลำดับความสำคัญของ

ปัจจัยย่อยดังนี้ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.36) ค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษากล้อง (ค่าเฉลี่ย 4.00) ค่าใช้จ่ายในการซื้ออุปกรณ์ฟ่วง เช่น เลนส์ แฟลช ขาตั้งกล้อง (ค่าเฉลี่ย 4.00) ระยะเวลาการผ่อนชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.61) และจำนวนเงินผ่อนชำระต่องวด (ค่าเฉลี่ย 3.53) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี ให้ความสำคัญต่ปัจจัยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.92) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยดังนี้ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.35) ค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษากล้อง (ค่าเฉลี่ย 3.85) จำนวนเงินผ่อนชำระต่องวด (ค่าเฉลี่ย 3.85) ระยะเวลาการผ่อนชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.82) และค่าใช้จ่ายในการซื้ออุปกรณ์ฟ่วง เช่น เลนส์ แฟลช ขาตั้งกล้อง (ค่าเฉลี่ย 3.72) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญต่ปัจจัยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.95) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยดังนี้ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.34) ค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษากล้อง (ค่าเฉลี่ย 3.92) ระยะเวลาการผ่อนชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.86) จำนวนเงินผ่อนชำระต่องวด (ค่าเฉลี่ย 3.81) และค่าใช้จ่ายในการซื้ออุปกรณ์ฟ่วง เช่น เลนส์ แฟลช ขาตั้งกล้อง (ค่าเฉลี่ย 3.80) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่ปัจจัยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.75) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยดังนี้ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.37) ค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษากล้อง (ค่าเฉลี่ย 3.89) ค่าใช้จ่ายในการซื้ออุปกรณ์ฟ่วง เช่น เลนส์ แฟลช ขาตั้งกล้อง (ค่าเฉลี่ย 3.84) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับปานกลาง ได้แก่ ระยะเวลาการผ่อนชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.32) และจำนวนเงินผ่อนชำระต่องวด (ค่าเฉลี่ย 3.32) ตามลำดับ

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกล้องสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยวด้วยระบบดิจิทัล (DSLR) ยี่ห้อแคนนอน จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	อายุ							
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี		21-30 ปี		31-40 ปี		41 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
1. การมีศูนย์/ตัวแทนจำหน่ายมากเพียงพอ	3.75 (มาก)	4	3.94 (มาก)	1	3.79 (มาก)	1	3.89 (มาก)	1
2. ทำเลที่ตั้งของศูนย์/ตัวแทนจำหน่ายอยู่ในจุดที่สะดวกสำหรับลูกค้า	3.83 (มาก)	3	3.89 (มาก)	3	3.75 (มาก)	2	3.84 (มาก)	2
3. ความน่าเชื่อถือของศูนย์/ตัวแทนจำหน่าย	3.92 (มาก)	1	3.94 (มาก)	1	3.75 (มาก)	2	3.79 (มาก)	3
4. วันและเวลาเปิด-ปิดทำการของศูนย์/ตัวแทนจำหน่าย	3.92 (มาก)	1	3.74 (มาก)	4	3.64 (มาก)	4	3.63 (มาก)	4
ค่าเฉลี่ยรวม	3.85 (มาก)		3.88 (มาก)		3.74 (มาก)		3.79 (มาก)	

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง สำคัญมากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง สำคัญมาก, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง สำคัญปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง สำคัญน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.85) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยดังนี้ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของศูนย์/ตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.92) วันและเวลาเปิด-ปิดทำการของศูนย์/ตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.92) ทำเลที่ตั้งของศูนย์/ตัวแทนจำหน่ายอยู่ในจุดที่สะดวกสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.83) และการมีศูนย์/ตัวแทนจำหน่ายมากเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.75) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยดังนี้ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ การมีศูนย์/ตัวแทนจำหน่ายมากเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.94) ความน่าเชื่อถือของศูนย์/ตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.94) ทำเลที่ตั้งของศูนย์/ตัวแทน

จำหน่ายอยู่ในจุดที่สะดวกสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.89) และวันและเวลาเปิด-ปิดทำการของศูนย์/ตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.74) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.74) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยดังนี้ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ การมีศูนย์/ตัวแทนจำหน่ายมากเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.79) ท่าเลที่ตั้งของศูนย์/ตัวแทนจำหน่ายอยู่ในจุดที่สะดวกสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.75) ความน่าเชื่อถือของศูนย์/ตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.75) และวันและเวลาเปิด-ปิดทำการของศูนย์/ตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.64) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.79) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยดังนี้ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ การมีศูนย์/ตัวแทนจำหน่ายมากเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.89) ท่าเลที่ตั้งของศูนย์/ตัวแทนจำหน่ายอยู่ในจุดที่สะดวกสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.84) ความน่าเชื่อถือของศูนย์/ตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.79) และวันและเวลาเปิด-ปิดทำการของศูนย์/ตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.63) ตามลำดับ

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกล้องสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยวด้วยระบบดิจิทัล (DSLR) ยี่ห้อแคนนอน จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ							
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี		21-30 ปี		31-40 ปี		41 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
1. การจัดวางสินค้าในศูนย์/ ตัวแทนจำหน่าย	3.94 (มาก)	4	3.76 (มาก)	11	3.76 (มาก)	9	3.42 (ปานกลาง)	11
2. การบริการของพนักงานขาย	3.92 (มาก)	5	3.97 (มาก)	7	3.98 (มาก)	6	3.63 (มาก)	9
3. ความรู้เกี่ยวกับกล้องของ พนักงานขาย	3.89 (มาก)	6	3.96 (มาก)	8	3.93 (มาก)	7	3.58 (มาก)	10
4. การให้คำแนะนำของพนักงาน ขาย	4.00 (มาก)	3	4.00 (มาก)	6	3.91 (มาก)	8	3.74 (มาก)	6
5. การโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น แผ่นพับ อินเทอร์เน็ต วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น	4.11 (มาก)	1	3.83 (มาก)	10	3.67 (มาก)	11	3.68 (มาก)	8
6. การมีศูนย์บริการหลังการขาย	3.83 (มาก)	8	4.07 (มาก)	4	4.00 (มาก)	5	3.89 (มาก)	4
7. การจัดรายการแนะนำสินค้า (Event)	3.75 (มาก)	9	3.89 (มาก)	9	3.76 (มาก)	9	3.89 (มาก)	4
8. การมีอุปกรณ์ของแถม	3.89 (มาก)	6	4.05 (มาก)	5	4.04 (มาก)	2	4.05 (มาก)	2
9. การรับประกันการใช้งาน	4.06 (มาก)	2	4.35 (มาก)	1	4.12 (มาก)	1	4.11 (มาก)	1
10. การให้ส่วนลด	3.72 (มาก)	10	4.21 (มาก)	2	4.04 (มาก)	2	3.95 (มาก)	3

ตารางที่ 29 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกล้องสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยวด้วยระบบดิจิทัล (DSLR) ยี่ห้อแคนนอน จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ							
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี		21-30 ปี		31-40 ปี		41 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
11. การจัดให้มีการพ่อนชำระโดยไม่มีดอกเบี้ย	3.50 (มาก)	11	4.17 (มาก)	3	4.04 (มาก)	2	3.74 (มาก)	6
ค่าเฉลี่ยรวม	3.87 (มาก)		4.02 (มาก)		3.93 (มาก)		3.79 (มาก)	

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง สำคัญมากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง สำคัญมาก, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง สำคัญปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง สำคัญน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.87) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยดังนี้ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ การโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น แผ่นพับ อินเทอร์เน็ต วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.11) การรับประกันการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.06) การให้คำแนะนำของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.00) การจัดวางสินค้าในศูนย์ตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.94) การบริการของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.92) ความรู้เกี่ยวกับกล้องของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.89) การมีอุปกรณ์ของแถม (ค่าเฉลี่ย 3.89) การมีศูนย์บริการหลังการขาย (ค่าเฉลี่ย 3.83) การจัดรายการแนะนำสินค้า (Event) (ค่าเฉลี่ย 3.75) การให้ส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 3.72) และการจัดให้มีการพ่อนชำระโดยไม่มีดอกเบี้ย (ค่าเฉลี่ย 3.50) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.02) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยดังนี้ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ การรับประกันการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.35) การให้ส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 4.21) การจัดให้มีการพ่อนชำระโดยไม่มีดอกเบี้ย (ค่าเฉลี่ย 4.17) การมีศูนย์บริการหลังการขาย (ค่าเฉลี่ย 4.07) การมีอุปกรณ์ของแถม (ค่าเฉลี่ย 4.05) การให้คำแนะนำของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.00) การบริการของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.97) ความรู้เกี่ยวกับกล้องของ

พนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.96) การจัดรายการแนะนำสินค้า (Event) (ค่าเฉลี่ย 3.89) การโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น แผ่นพับ อินเทอร์เน็ต วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.83) และการจัดวางสินค้าในศูนย์/ตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.76) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.93) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยดังนี้ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ การรับประกันการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.12) การมีอุปกรณ์ของแถม (ค่าเฉลี่ย 4.04) การให้ส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 4.04) การจัดให้มีการผ่อนชำระโดยไม่มีดอกเบี้ย (ค่าเฉลี่ย 4.04) การมีศูนย์บริการหลังการขาย (ค่าเฉลี่ย 4.00) การบริการของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.98) ความรู้เกี่ยวกับกล้องของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.93) การให้คำแนะนำของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.91) การจัดวางสินค้าในศูนย์/ตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.76) การจัดรายการแนะนำสินค้า (Event) (ค่าเฉลี่ย 3.76) และการโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น แผ่นพับ อินเทอร์เน็ต วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.67) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.79) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยดังนี้ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ การรับประกันการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.11) การมีอุปกรณ์ของแถม (ค่าเฉลี่ย 4.05) การให้ส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 3.95) การมีศูนย์บริการหลังการขาย (ค่าเฉลี่ย 3.89) การจัดรายการแนะนำสินค้า (Event) (ค่าเฉลี่ย 3.89) การให้คำแนะนำของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.74) การจัดให้มีการผ่อนชำระโดยไม่มีดอกเบี้ย (ค่าเฉลี่ย 3.74) การโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น แผ่นพับ อินเทอร์เน็ต วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.68) การบริการของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.63) ความรู้เกี่ยวกับกล้องของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.58) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับปานกลาง ได้แก่ การจัดวางสินค้าในศูนย์/ตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.42) ตามลำดับ

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกล้องสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยวด้วยระบบดิจิทัล (DSLR) ยี่ห้อแคนนอน จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	อายุ							
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี		21-30 ปี		31-40 ปี		41 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.20 (มาก)	1	4.22 (มาก)	1	4.16 (มาก)	1	4.27 (มาก)	1
2. ปัจจัยด้านราคา	3.90 (มาก)	2	3.92 (มาก)	3	3.95 (มาก)	2	3.75 (มาก)	4
3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.85 (มาก)	4	3.88 (มาก)	4	3.74 (มาก)	4	3.79 (มาก)	2
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.87 (มาก)	3	4.02 (มาก)	2	3.93 (มาก)	3	3.79 (มาก)	2
ค่าเฉลี่ยรวม	3.96 (มาก)		4.01 (มาก)		3.94 (มาก)		3.90 (มาก)	

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง สำคัญมากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง สำคัญมาก, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง สำคัญปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง สำคัญน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยดังนี้ ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.20) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.90) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.87) และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.85) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.01) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยดังนี้ ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.22) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 4.02) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.92) และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.88) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.94) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยดังนี้ ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.16) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.93) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.95) และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.74) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยดังนี้ ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.27) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.79) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.79) และปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.75) ตามลำดับ

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกล้องสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยวด้วยระบบดิจิทัล (DSLR) ยี่ห้อแคนนอน จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับการศึกษา					
	มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
1. ความคมชัดและสีสันทนของภาพถ่าย	4.42 (มาก)	2	4.49 (มาก)	1	4.77 (มากที่สุด)	1
2. ความคมชัดของหน้าจอแสดงผล	4.47 (มาก)	1	4.35 (มาก)	2	4.38 (มาก)	4
3. ความเร็วในการประมวลผล	4.37 (มาก)	3	4.23 (มาก)	5	4.41 (มาก)	3
4. ขนาดและน้ำหนักของกล้อง	4.05 (มาก)	7	4.03 (มาก)	9	4.15 (มาก)	6
5. รูปทรงและโทนสีของตัวกล้อง	3.86 (มาก)	10	4.05 (มาก)	8	3.77 (มาก)	8
6. ความแข็งแรงทนทาน	3.98 (มาก)	8	4.14 (มาก)	6	4.31 (มาก)	5
7. รุ่นกล้องที่หลากหลาย	4.23 (มาก)	6	4.09 (มาก)	7	3.67 (มาก)	10
8. ความสามารถในการพ่วงต่ออุปกรณ์อื่น	3.95 (มาก)	9	4.01 (มาก)	10	3.69 (มาก)	9
9. ฟังก์ชันการทำงานที่หลากหลาย	4.37 (มาก)	3	4.29 (มาก)	4	4.13 (มาก)	7
10. ความน่าเชื่อถือของตราสินค้า	4.33 (มาก)	5	4.33 (มาก)	3	4.51 (มากที่สุด)	2
ค่าเฉลี่ยรวม	4.20 (มาก)		4.20 (มาก)		4.18 (มาก)	

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง สำคัญมากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง สำคัญมาก, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง สำคัญปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง สำคัญน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.20) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยดังนี้ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ความคมชัดของหน้าจอแสดงผล (ค่าเฉลี่ย 4.47) ความคมชัดและสีสันทนของภาพถ่าย (ค่าเฉลี่ย 4.42) ความเร็วในการประมวลผล (ค่าเฉลี่ย 4.37) ฟังก์ชันการทำงานที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.37) ความน่าเชื่อถือของตราสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.33) รุ่นกล้องที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.23) ขนาดและน้ำหนักของกล้อง (ค่าเฉลี่ย 4.05) ความแข็งแรงทนทาน (ค่าเฉลี่ย 3.98) ความสามารถในการฟังต่ออุปกรณ์อื่น (ค่าเฉลี่ย 3.95) และรูปทรงและโทนสีของตัวกล้อง (ค่าเฉลี่ย 3.86) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.20) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยดังนี้ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ความคมชัดและสีสันทนของภาพถ่าย (ค่าเฉลี่ย 4.49) ความคมชัดของหน้าจอแสดงผล (ค่าเฉลี่ย 4.35) ความน่าเชื่อถือของตราสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.33) ฟังก์ชันการทำงานที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.29) ความเร็วในการประมวลผล (ค่าเฉลี่ย 4.23) ความแข็งแรงทนทาน (ค่าเฉลี่ย 4.14) รุ่นกล้องที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.09) รูปทรงและโทนสีของตัวกล้อง (ค่าเฉลี่ย 4.05) ขนาดและน้ำหนักของกล้อง (ค่าเฉลี่ย 4.03) และความสามารถในการฟังต่ออุปกรณ์อื่น (ค่าเฉลี่ย 4.01) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.18) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยดังนี้ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ได้แก่ ความคมชัดและสีสันทนของภาพถ่าย (ค่าเฉลี่ย 4.77) ความน่าเชื่อถือของตราสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.51) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ความเร็วในการประมวลผล (ค่าเฉลี่ย 4.41) ความคมชัดของหน้าจอแสดงผล (ค่าเฉลี่ย 4.38) ความแข็งแรงทนทาน (ค่าเฉลี่ย 4.31) ขนาดและน้ำหนักของกล้อง (ค่าเฉลี่ย 4.15) ฟังก์ชันการทำงานที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.13) รูปทรงและโทนสีของตัวกล้อง (ค่าเฉลี่ย 3.77) ความสามารถในการฟังต่ออุปกรณ์อื่น (ค่าเฉลี่ย 3.69) และรุ่นกล้องที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.67) ตามลำดับ

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกล้องสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยวด้วยระบบดิจิทัล (DSLR) ยี่ห้อแคนนอน จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับการศึกษา					
	มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
1. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	4.40 (มาก)	1	4.32 (มาก)	1	4.56 (มากที่สุด)	1
2. ค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษากล้อง	3.98 (มาก)	3	3.86 (มาก)	2	4.10 (มาก)	2
3. ค่าใช้จ่ายในการซื้ออุปกรณ์ฟ่วง เช่น เลนส์ แฟลช ขาตั้งกล้อง	3.74 (มาก)	5	3.74 (มาก)	5	4.10 (มาก)	2
4. ระยะเวลาการผ่อนชำระเงิน	4.16 (มาก)	2	3.80 (มาก)	4	3.31 (ปานกลาง)	4
5. จำนวนเงินผ่อนชำระต่องวด	3.98 (มาก)	3	3.82 (มาก)	3	3.26 (ปานกลาง)	5
ค่าเฉลี่ยรวม	4.05 (มาก)		3.91 (มาก)		3.87 (มาก)	

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง สำคัญมากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง สำคัญมาก, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง สำคัญปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง สำคัญน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 32 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.05) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยดังนี้ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.40) ระยะเวลาการผ่อนชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 4.16) ค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษากล้อง (ค่าเฉลี่ย 3.98) จำนวนเงินผ่อนชำระต่องวด (ค่าเฉลี่ย 3.98) และค่าใช้จ่ายในการซื้ออุปกรณ์ฟ่วง เช่น เลนส์ แฟลช ขาตั้งกล้อง (ค่าเฉลี่ย 3.74) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.91) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยดังนี้ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.32)

ค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษากล้อง (ค่าเฉลี่ย 3.86) จำนวนเงินผ่อนชำระต่องวด (ค่าเฉลี่ย 3.82) ระยะเวลาการผ่อนชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.80) และค่าใช้จ่ายในการซื้ออุปกรณ์ฟาง เช่น เลนส์ แฟลช ขาตั้งกล้อง (ค่าเฉลี่ย 3.74) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.87) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยดังนี้ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.56) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษากล้อง (ค่าเฉลี่ย 4.10) ค่าใช้จ่ายในการซื้ออุปกรณ์ฟาง เช่น เลนส์ แฟลช ขาตั้งกล้อง (ค่าเฉลี่ย 4.10) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับปานกลาง ได้แก่ ระยะเวลาการผ่อนชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.31) และจำนวนเงินผ่อนชำระต่องวด (ค่าเฉลี่ย 3.26) ตามลำดับ

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกล้องสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยวด้วยระบบดิจิทัล (DSLR) ยี่ห้อแคนนอน จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับการศึกษา					
	มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
1. การมีศูนย์/ตัวแทนจำหน่ายมากเพียงพอ	3.79 (มาก)	2	3.86 (มาก)	1	4.03 (มาก)	2
2. ทำเลที่ตั้งของศูนย์/ตัวแทนจำหน่ายอยู่ในจุดที่สะดวกสำหรับลูกค้า	3.79 (มาก)	2	3.84 (มาก)	3	3.85 (มาก)	3
3. ความน่าเชื่อถือของศูนย์/ตัวแทนจำหน่าย	3.79 (มาก)	2	3.86 (มาก)	1	4.05 (มาก)	1
4. วันและเวลาเปิด-ปิดทำการของศูนย์/ตัวแทนจำหน่าย	3.91 (มาก)	1	3.71 (มาก)	4	3.59 (มาก)	4
ค่าเฉลี่ยรวม	3.82 (มาก)		3.82 (มาก)		3.88 (มาก)	

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง สำคัญมากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง สำคัญมาก, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง สำคัญปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง สำคัญน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 33 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.82) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยดังนี้ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ วันและเวลาเปิด-ปิดทำการของศูนย์/ตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.91) การมีศูนย์/ตัวแทนจำหน่ายมากเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.79) ทำเลที่ตั้งของศูนย์/ตัวแทนจำหน่ายอยู่ในจุดที่สะดวกสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.79) และความน่าเชื่อถือของศูนย์/ตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.79) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.82) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยดังนี้ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ การมีศูนย์/ตัวแทน

จำหน่ายมากเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.86) ความน่าเชื่อถือของศูนย์/ตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.86) ทำเลที่ตั้งของศูนย์/ตัวแทนจำหน่ายอยู่ในจุดที่สะดวกสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.84) และวันและเวลาเปิด-ปิดทำการของศูนย์/ตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.71) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยดังนี้ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของศูนย์/ตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.05) การมีศูนย์/ตัวแทนจำหน่ายมากเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.03) ทำเลที่ตั้งของศูนย์/ตัวแทนจำหน่ายอยู่ในจุดที่สะดวกสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.85) และวันและเวลาเปิด-ปิดทำการของศูนย์/ตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.59) ตามลำดับ

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกล้องสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยวด้วยระบบดิจิทัล (DSLR) ยี่ห้อแคนนอน จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับการศึกษา					
	มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
1. การจัดวางสินค้าในศูนย์/ตัวแทนจำหน่าย	3.84 (มาก)	9	3.75 (มาก)	11	3.79 (มาก)	9
2. การบริการของพนักงานขาย	4.02 (มาก)	5	3.91 (มาก)	6	4.31 (มาก)	1
3. ความรู้เกี่ยวกับกล้องของพนักงานขาย	3.95 (มาก)	7	3.90 (มาก)	8	4.21 (มาก)	5
4. การให้คำแนะนำของพนักงานขาย	4.05 (มาก)	4	3.91 (มาก)	6	4.26 (มาก)	3
5. การโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น แผ่นพับ อินเทอร์เน็ต วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น	3.95 (มาก)	7	3.78 (มาก)	10	3.72 (มาก)	10
6. การมีศูนย์บริการหลังการขาย	3.84 (มาก)	9	4.01 (มาก)	5	4.31 (มาก)	1
7. การจัดรายการแนะนำสินค้า(Event)	3.77 (มาก)	11	3.84 (มาก)	9	3.87 (มาก)	8
8. การมีอุปกรณ์ของแถม	4.14 (มาก)	3	4.04 (มาก)	4	3.85 (มาก)	7
9. การรับประกันการใช้งาน	4.26 (มาก)	2	4.23 (มาก)	1	4.26 (มาก)	3
10. การให้ส่วนลด	4.33 (มาก)	1	4.07 (มาก)	3	4.10 (มาก)	6
11. การจัดให้มีการผ่อนชำระโดยไม่มีดอกเบี้ย	4.00 (มาก)	6	4.11 (มาก)	2	3.64 (มาก)	11
ค่าเฉลี่ยรวม	4.01 (มาก)		3.96 (มาก)		4.03 (มาก)	

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง สำคัญมากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง สำคัญมาก, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง สำคัญปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง สำคัญน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 34 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.01) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยดังนี้ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ การให้ส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 4.33) การรับประกันการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.26) การมีอุปกรณ์ของแถม (ค่าเฉลี่ย 4.14) การให้คำแนะนำของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.05) การบริการของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.02) การจัดให้มีการผ่อนชำระโดยไม่มีดอกเบี้ย (ค่าเฉลี่ย 4.00) ความรู้เกี่ยวกับกล้องของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.95) การโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น แผ่นพับ อินเทอร์เน็ต วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.95) การจัดวางสินค้าในศูนย์/ตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.84) การมีศูนย์บริการหลังการขาย (ค่าเฉลี่ย 3.84) และการจัดรายการแนะนำสินค้า (Event) (ค่าเฉลี่ย 3.77) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยดังนี้ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ การรับประกันการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.23) การจัดให้มีการผ่อนชำระโดยไม่มีดอกเบี้ย (ค่าเฉลี่ย 4.11) การให้ส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 4.07) การมีอุปกรณ์ของแถม (ค่าเฉลี่ย 4.04) การมีศูนย์บริการหลังการขาย (ค่าเฉลี่ย 4.01) การบริการของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.91) การให้คำแนะนำของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.91) ความรู้เกี่ยวกับกล้องของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.90) การจัดรายการแนะนำสินค้า (Event) (ค่าเฉลี่ย 3.84) การโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น แผ่นพับ อินเทอร์เน็ต วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.78) และการจัดวางสินค้าในศูนย์/ตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.75) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.03) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยดังนี้ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ การบริการของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.31) การมีศูนย์บริการหลังการขาย (ค่าเฉลี่ย 4.31) การให้คำแนะนำของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.26) การรับประกันการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.26) ความรู้เกี่ยวกับกล้องของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.21) การให้ส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 4.10) การจัดรายการแนะนำสินค้า (Event) (ค่าเฉลี่ย 3.87) การมีอุปกรณ์ของแถม (ค่าเฉลี่ย 3.85) การจัดวางสินค้าในศูนย์/ตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.79) การโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น แผ่นพับ อินเทอร์เน็ต วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.72) และการจัดให้มีการผ่อนชำระโดยไม่มีดอกเบี้ย (ค่าเฉลี่ย 3.64) ตามลำดับ

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกล้องสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยวด้วยระบบดิจิทัล (DSLR) ยี่ห้อแคนนอน จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับการศึกษา					
	มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.20 (มาก)	1	4.20 (มาก)	1	4.18 (มาก)	1
2. ปัจจัยด้านราคา	4.05 (มาก)	2	3.91 (มาก)	3	3.87 (มาก)	4
3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.82 (มาก)	4	3.82 (มาก)	4	3.88 (มาก)	3
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	4.01 (มาก)	3	3.96 (มาก)	2	4.03 (มาก)	2
ค่าเฉลี่ยรวม	4.02 (มาก)		3.97 (มาก)		3.99 (มาก)	

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง สำคัญมากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง สำคัญมาก, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง สำคัญปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง สำคัญน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 35 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.02) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยดังนี้ ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.20) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 4.05) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 4.01) และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.82) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยดังนี้ ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.20) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.96) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.91) และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.82) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.99) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยดังนี้ ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.18) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 4.03) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.88) และปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.87) ตามลำดับ

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกล้องสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยวด้วยระบบดิจิทัล (DSLR) ยี่ห้อแคนนอน จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อาชีพ									
	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ		ธุรกิจส่วนตัว		พนักงาน บริษัทเอกชน		นักเรียน/ นักศึกษา		พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
1. ความคมชัดและ สีส้มของภาพถ่าย	4.74 (มากที่สุด)	1	4.66 (มากที่สุด)	1	4.56 (มากที่สุด)	1	4.36 (มาก)	1	4.62 (มากที่สุด)	1
2. ความคมชัดของ หน้าจอแสดงผล	4.57 (มากที่สุด)	2	4.44 (มาก)	3	4.37 (มาก)	2	4.30 (มาก)	4	4.50 (มากที่สุด)	2
3. ความเร็วในการ ประมวลผล	4.43 (มาก)	3	4.27 (มาก)	4	4.25 (มาก)	5	4.23 (มาก)	5	4.44 (มาก)	3
4. ขนาดและน้ำหนัก ของกล้อง	4.22 (มาก)	6	4.00 (มาก)	8	4.12 (มาก)	7	3.91 (มาก)	10	4.12 (มาก)	7
5. รูปทรงและโทนสี ของตัวกล้อง	4.04 (มาก)	8	3.98 (มาก)	9	4.01 (มาก)	8	3.99 (มาก)	9	4.12 (มาก)	7
6. ความแข็งแรง ทนทาน	4.30 (มาก)	5	4.22 (มาก)	5	4.15 (มาก)	6	4.09 (มาก)	8	4.12 (มาก)	7
7. รุ่นกล้องที่ หลากหลาย	4.00 (มาก)	9	4.02 (มาก)	7	3.96 (มาก)	9	4.19 (มาก)	6	4.25 (มาก)	6
8. ความสามารถในการ พ่วงต่ออุปกรณ์อื่น	4.00 (มาก)	9	3.88 (มาก)	10	3.88 (มาก)	10	4.11 (มาก)	7	3.94 (มาก)	10
9. ฟังก์ชันการทำงานที่ หลากหลาย	4.13 (มาก)	7	4.20 (มาก)	6	4.26 (มาก)	4	4.35 (มาก)	3	4.38 (มาก)	4
10. ความน่าเชื่อถือของ ตราสินค้า	4.35 (มาก)	4	4.56 (มากที่สุด)	2	4.29 (มาก)	3	4.36 (มาก)	1	4.31 (มาก)	5
ค่าเฉลี่ยรวม	4.28 (มาก)		4.22 (มาก)		4.18 (มาก)		4.19 (มาก)		4.28 (มาก)	

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง สำคัญมากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง สำคัญมาก, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง สำคัญปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง สำคัญน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 36 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงาน
รัฐวิสาหกิจให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.28)
เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยดังนี้ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก
ที่สุด ได้แก่ ความคมชัดและสีสันทันของภาพถ่าย (ค่าเฉลี่ย 4.74) ความคมชัดของหน้าจอแสดงผล
(ค่าเฉลี่ย 4.57) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ความเร็วในการ
ประมวลผล (ค่าเฉลี่ย 4.43) ความน่าเชื่อถือของตราสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.35) ความแข็งแรงทนทาน
(ค่าเฉลี่ย 4.30) ขนาดและน้ำหนักของกล้อง (ค่าเฉลี่ย 4.22) ฟังก์ชันการทำงานที่หลากหลาย
(ค่าเฉลี่ย 4.13) รูปทรงและโทนสีของตัวกล้อง (ค่าเฉลี่ย 4.04) รุ่นกล้องที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.00)
และความสามารถในการฟังก่อต่ออุปกรณ์อื่น (ค่าเฉลี่ย 4.00) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัวให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.22) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยดังนี้ ปัจจัยย่อยที่
ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ได้แก่ ความคมชัดและสีสันทันของภาพถ่าย
(ค่าเฉลี่ย 4.66) ความน่าเชื่อถือของตราสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.56) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้
ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ความคมชัดของหน้าจอแสดงผล (ค่าเฉลี่ย 4.44) ความเร็วในการ
ประมวลผล (ค่าเฉลี่ย 4.27) ความแข็งแรงทนทาน (ค่าเฉลี่ย 4.22) ฟังก์ชันการทำงานที่หลากหลาย
(ค่าเฉลี่ย 4.20) รุ่นกล้องที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.02) ขนาดและน้ำหนักของกล้อง (ค่าเฉลี่ย 4.00)
รูปทรงและโทนสีของตัวกล้อง (ค่าเฉลี่ย 3.98) และความสามารถในการฟังก่อต่ออุปกรณ์อื่น
(ค่าเฉลี่ย 3.88) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้าน
ผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.18) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยดังนี้ ปัจจัย
ย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ได้แก่ ความคมชัดและสีสันทันของภาพถ่าย
(ค่าเฉลี่ย 4.56) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ความคมชัดของ
หน้าจอแสดงผล (ค่าเฉลี่ย 4.37) ความน่าเชื่อถือของตราสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.29) ฟังก์ชันการทำงานที่
หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.26) ความเร็วในการประมวลผล (ค่าเฉลี่ย 4.25) ความแข็งแรงทนทาน
(ค่าเฉลี่ย 4.15) ขนาดและน้ำหนักของกล้อง (ค่าเฉลี่ย 4.12) รูปทรงและโทนสีของตัวกล้อง (ค่าเฉลี่ย
4.01) รุ่นกล้องที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.96) และความสามารถในการฟังก่อต่ออุปกรณ์อื่น (ค่าเฉลี่ย
3.88) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษาให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้าน
ผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.19) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยดังนี้ ปัจจัย
ย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ความคมชัดและสีสันทันของภาพถ่าย

(ค่าเฉลี่ย 4.36) ความน่าเชื่อถือของตราสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.36) ฟังก์ชันการทำงานที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.35) ความคมชัดของหน้าจอแสดงผล (ค่าเฉลี่ย 4.30) ความเร็วในการประมวลผล (ค่าเฉลี่ย 4.23) ความแข็งแรงทนทาน (ค่าเฉลี่ย 4.09) รูปทรงและโทนสีของตัวกล้อง (ค่าเฉลี่ย 3.99) ขนาดและน้ำหนักของกล้อง (ค่าเฉลี่ย 3.91) รุ่นกล้องที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.19) และความสามารถในการพ่วงต่ออุปกรณ์อื่น (ค่าเฉลี่ย 4.11) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้านให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.28) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยดังนี้ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ได้แก่ ความคมชัดและสีทันของภาพถ่าย (ค่าเฉลี่ย 4.62) ความคมชัดของหน้าจอแสดงผล (ค่าเฉลี่ย 4.50) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ความเร็วในการประมวลผล (ค่าเฉลี่ย 4.44) ฟังก์ชันการทำงานที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.38) ความน่าเชื่อถือของตราสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.31) รุ่นกล้องที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.25) ขนาดและน้ำหนักของกล้อง (ค่าเฉลี่ย 4.12) รูปทรงและโทนสีของตัวกล้อง (ค่าเฉลี่ย 4.12) ความแข็งแรงทนทาน (ค่าเฉลี่ย 4.12) และความสามารถในการพ่วงต่ออุปกรณ์อื่น (ค่าเฉลี่ย 3.94) ตามลำดับ

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกล้องสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยวด้วยระบบดิจิทัล (DSLR) ยี่ห้อแคนนอน จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านราคา	อาชีพ									
	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ		ธุรกิจส่วนตัว		พนักงาน บริษัทเอกชน		นักเรียน/ นักศึกษา		พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
1. ราคาเหมาะสมกับ คุณภาพ	4.61 (มากที่สุด)	1	4.51 (มากที่สุด)	1	4.35 (มาก)	1	4.23 (มาก)	1	4.56 (มากที่สุด)	1
2. ค่าใช้จ่ายในการ ดูแลรักษากล้อง	4.17 (มาก)	2	4.20 (มาก)	2	3.80 (มาก)	4	3.87 (มาก)	2	3.94 (มาก)	3
3. ค่าใช้จ่ายในการ ซื้ออุปกรณ์ฟ่วง เช่น เลนส์ แฟลช ขาตั้งกล้อง	4.13 (มาก)	3	3.85 (มาก)	3	3.67 (มาก)	5	3.83 (มาก)	3	3.87 (มาก)	5
4. ระยะเวลาการผ่อน ชำระเงิน	3.48 (ปานกลาง)	4	3.73 (มาก)	4	3.89 (มาก)	3	3.70 (มาก)	4	4.00 (มาก)	2
5. จำนวนเงินผ่อน ชำระต่องวด	3.43 (ปานกลาง)	5	3.63 (มาก)	5	3.96 (มาก)	2	3.64 (มาก)	5	3.94 (มาก)	3
ค่าเฉลี่ยรวม	3.97 (มาก)		3.99 (มาก)		3.94 (มาก)		3.86 (มาก)		4.06 (มาก)	

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง สำคัญมากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง สำคัญมาก, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง สำคัญปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง สำคัญน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 37 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยดังนี้ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.61) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษากล้อง (ค่าเฉลี่ย 4.17) ค่าใช้จ่ายในการซื้ออุปกรณ์ฟ่วง เช่น เลนส์ แฟลช ขาตั้งกล้อง (ค่าเฉลี่ย 4.13) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับ

ปานกลาง ได้แก่ ระยะเวลาการผ่อนชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.48) และจำนวนเงินผ่อนชำระต่องวด (ค่าเฉลี่ย 3.43) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัวให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.99) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยดังนี้ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.51) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษากล้อง (ค่าเฉลี่ย 4.20) ค่าใช้จ่ายในการซื้ออุปกรณ์ฟวง เช่น เลนส์ แฟลช ขาตั้งกล้อง (ค่าเฉลี่ย 3.85) ระยะเวลาการผ่อนชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.73) และจำนวนเงินผ่อนชำระต่องวด (ค่าเฉลี่ย 3.63) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.94) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยดังนี้ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.35) จำนวนเงินผ่อนชำระต่องวด (ค่าเฉลี่ย 3.96) ระยะเวลาการผ่อนชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.89) ค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษากล้อง (ค่าเฉลี่ย 3.80) และค่าใช้จ่ายในการซื้ออุปกรณ์ฟวง เช่น เลนส์ แฟลช ขาตั้งกล้อง (ค่าเฉลี่ย 3.67) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษาให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยดังนี้ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.23) ค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษากล้อง (ค่าเฉลี่ย 3.87) ค่าใช้จ่ายในการซื้ออุปกรณ์ฟวง เช่น เลนส์ แฟลช ขาตั้งกล้อง (ค่าเฉลี่ย 3.83) ระยะเวลาการผ่อนชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.70) และจำนวนเงินผ่อนชำระต่องวด (ค่าเฉลี่ย 3.64) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้านให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.06) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยดังนี้ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.56) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ระยะเวลาการผ่อนชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 4.00) ค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษากล้อง (ค่าเฉลี่ย 3.94) จำนวนเงินผ่อนชำระต่องวด (ค่าเฉลี่ย 3.94) และค่าใช้จ่ายในการซื้ออุปกรณ์ฟวง เช่น เลนส์ แฟลช ขาตั้งกล้อง (ค่าเฉลี่ย 3.87) ตามลำดับ

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกล้องสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยวด้วยระบบดิจิทัล (DSLR) ยี่ห้อแคนนอน จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	อาชีพ									
	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ		ธุรกิจส่วนตัว		พนักงาน บริษัทเอกชน		นักเรียน/ นักศึกษา		พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
1. การมีศูนย์/ตัวแทนจำหน่ายมากเพียงพอ	4.13 (มาก)	1	4.07 (มาก)	1	3.84 (มาก)	1	3.84 (มาก)	3	3.62 (มาก)	1
2. ทำเลที่ตั้งของศูนย์/ตัวแทนจำหน่ายอยู่ในจุดที่สะดวกสำหรับลูกค้า	3.83 (มาก)	3	4.02 (มาก)	2	3.81 (มาก)	3	3.85 (มาก)	2	3.56 (มาก)	3
3. ความน่าเชื่อถือของศูนย์/ตัวแทนจำหน่าย	3.91 (มาก)	2	4.02 (มาก)	2	3.83 (มาก)	2	3.91 (มาก)	1	3.62 (มาก)	1
4. วันและเวลาเปิด-ปิดทำการของศูนย์/ตัวแทนจำหน่าย	3.78 (มาก)	4	3.85 (มาก)	4	3.60 (มาก)	4	3.84 (มาก)	3	3.50 (มาก)	4
ค่าเฉลี่ยรวม	3.91 (มาก)		3.99 (มาก)		3.77 (มาก)		3.86 (มาก)		3.58 (มาก)	

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง สำคัญมากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง สำคัญมาก, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง สำคัญปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง สำคัญน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 38 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.91) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยดังนี้ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ การมีศูนย์/ตัวแทนจำหน่ายมากเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.13) ความน่าเชื่อถือของศูนย์/ตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.91) ทำเลที่ตั้งของศูนย์/ตัวแทนจำหน่ายอยู่ในจุดที่สะดวกสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.83) และวันและเวลาเปิด-ปิดทำการของศูนย์/ตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.78) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัวให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.99) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยดังนี้ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ การมีศูนย์/ตัวแทนจำหน่ายมากเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.07) ทำเลที่ตั้งของศูนย์/ตัวแทนจำหน่ายอยู่ในจุดที่สะดวกสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.02) ความน่าเชื่อถือของศูนย์/ตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.02) และวันและเวลาเปิด-ปิดทำการของศูนย์/ตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.85) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.77) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยดังนี้ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ การมีศูนย์/ตัวแทนจำหน่ายมากเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.84) ความน่าเชื่อถือของศูนย์/ตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.83) ทำเลที่ตั้งของศูนย์/ตัวแทนจำหน่ายอยู่ในจุดที่สะดวกสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.81) และวันและเวลาเปิด-ปิดทำการของศูนย์/ตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.60) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษาให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยดังนี้ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของศูนย์/ตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.91) ทำเลที่ตั้งของศูนย์/ตัวแทนจำหน่ายอยู่ในจุดที่สะดวกสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.85) การมีศูนย์/ตัวแทนจำหน่ายมากเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.84) และวันและเวลาเปิด-ปิดทำการของศูนย์/ตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.84) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้านให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.58) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยดังนี้ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ การมีศูนย์/ตัวแทนจำหน่ายมากเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.62) ความน่าเชื่อถือของศูนย์/ตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.62) ทำเลที่ตั้งของศูนย์/ตัวแทนจำหน่ายอยู่ในจุดที่สะดวกสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.56) และวันและเวลาเปิด-ปิดทำการของศูนย์/ตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.50) ตามลำดับ

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกล้องสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยวด้วยระบบดิจิทัล (DSLR) ยี่ห้อแคนนอน จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อาชีพ									
	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ		ธุรกิจส่วนตัว		พนักงาน บริษัทเอกชน		นักเรียน/ นักศึกษา		พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
1. การจัดวางสินค้าใน ศูนย์/ตัวแทน จำหน่าย	4.09 (มาก)	8	3.93 (มาก)	10	3.61 (มาก)	11	3.89 (มาก)	10	3.50 (มาก)	8
2. การบริการของ พนักงานขาย	4.26 (มาก)	5	4.20 (มาก)	3	3.90 (มาก)	7	3.93 (มาก)	5	3.69 (มาก)	7
3. ความรู้เกี่ยวกับกล้อง ของพนักงานขาย	4.26 (มาก)	5	4.15 (มาก)	5	3.90 (มาก)	7	3.92 (มาก)	7	3.31 (ปานกลาง)	11
4. การให้คำแนะนำของ พนักงานขาย	4.30 (มาก)	3	4.02 (มาก)	8	3.93 (มาก)	6	3.97 (มาก)	4	3.44 (ปานกลาง)	9
5. การโฆษณาในสื่อ ต่างๆ เช่น แผ่นพับ อินเทอร์เน็ต วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น	4.09 (มาก)	8	3.78 (มาก)	11	3.69 (มาก)	10	3.93 (มาก)	5	3.37 (ปานกลาง)	10
6. การมีศูนย์บริการ หลังการขาย	4.17 (มาก)	7	4.49 (มาก)	1	4.01 (มาก)	4	3.91 (มาก)	8	3.75 (มาก)	6
7. การจัดรายการ แนะนำสินค้า(Event)	4.00 (มาก)	10	4.05 (มาก)	7	3.72 (มาก)	9	3.90 (มาก)	9	3.88 (มาก)	5
8. การมีอุปกรณ์ของ แถม	4.30 (มาก)	3	4.12 (มาก)	6	3.97 (มาก)	5	4.01 (มาก)	2	4.38 (มาก)	1
9. การรับประกันการ ใช้งาน	4.39 (มาก)	1	4.17 (มาก)	4	4.25 (มาก)	1	4.20 (มาก)	1	4.38 (มาก)	1
10.การให้ส่วนลด	4.39 (มาก)	1	4.27 (มาก)	2	4.11 (มาก)	3	3.98 (มาก)	3	4.19 (มาก)	3

ตารางที่ 39 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกล้องสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยวด้วยระบบดิจิทัล (DSLR) ยี่ห้อแคนนอน จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อาชีพ									
	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ		ธุรกิจส่วนตัว		พนักงานบริษัทเอกชน		นักเรียน/นักศึกษา		พ่อบ้าน/แม่บ้าน	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
11.การจัดให้มีการผ่อนชำระโดยไม่มีดอกเบี้ย	4.00 (มาก)	10	3.98 (มาก)	9	4.22 (มาก)	2	3.89 (มาก)	10	3.94 (มาก)	4
ค่าเฉลี่ยรวม	4.21 (มาก)		4.10 (มาก)		3.94 (มาก)		3.96 (มาก)		3.80 (มาก)	

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง สำคัญมากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง สำคัญมาก, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง สำคัญปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง สำคัญน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 39 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.21) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยดังนี้ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ การรับประกันการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.39) การให้ส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 4.39) การให้คำแนะนำของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.30) การมีอุปกรณ์ของแถม (ค่าเฉลี่ย 4.30) การบริการของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.26) ความรู้เกี่ยวกับกล้องของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.26) การมีศูนย์บริการหลังการขาย (ค่าเฉลี่ย 4.17) การจัดวางสินค้าในศูนย์/ตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.09) การโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น แผ่นพับ อินเทอร์เน็ต วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.09) การจัดรายการแนะนำสินค้า (Event) (ค่าเฉลี่ย 4.00) และการจัดให้มีการผ่อนชำระโดยไม่มีดอกเบี้ย (ค่าเฉลี่ย 4.00) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัวให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.10) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยดังนี้ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ การมีศูนย์บริการหลังการขาย (ค่าเฉลี่ย 4.49) การให้ส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 4.27) การบริการของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.20) การ

รับประกันการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.17) ความรู้เกี่ยวกับกล้องของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.15) การมีอุปกรณ์ของแถม (ค่าเฉลี่ย 4.12) การจัดรายการแนะนำสินค้า (Event) (ค่าเฉลี่ย 4.05) การให้คำแนะนำของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.02) การจัดให้มีการผ่อนชำระโดยไม่มีดอกเบี้ย (ค่าเฉลี่ย 3.98) การจัดวางสินค้าในศูนย์/ตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.93) และการโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น แผ่นพับ อินเทอร์เน็ต วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.78) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.94) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยดังนี้ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ การรับประกันการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.25) การจัดให้มีการผ่อนชำระโดยไม่มีดอกเบี้ย (ค่าเฉลี่ย 4.22) การให้ส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 4.11) การมีศูนย์บริการหลังการขาย (ค่าเฉลี่ย 4.01) การมีอุปกรณ์ของแถม (ค่าเฉลี่ย 3.97) การให้คำแนะนำของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.93) การบริการของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.90) ความรู้เกี่ยวกับกล้องของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.90) การจัดรายการแนะนำสินค้า (Event) (ค่าเฉลี่ย 3.72) การโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น แผ่นพับ อินเทอร์เน็ต วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.69) และการจัดวางสินค้าในศูนย์/ตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.61) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษาให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยดังนี้ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ การรับประกันการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.20) การมีอุปกรณ์ของแถม (ค่าเฉลี่ย 4.01) การให้ส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 3.98) การให้คำแนะนำของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.97) การบริการของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.93) การโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น แผ่นพับ อินเทอร์เน็ต วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.93) ความรู้เกี่ยวกับกล้องของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.92) การมีศูนย์บริการหลังการขาย (ค่าเฉลี่ย 3.91) การจัดรายการแนะนำสินค้า (Event) (ค่าเฉลี่ย 3.90) การจัดวางสินค้าในศูนย์/ตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.89) และการจัดให้มีการผ่อนชำระโดยไม่มีดอกเบี้ย (ค่าเฉลี่ย 3.89) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้านให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยดังนี้ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ การมีอุปกรณ์ของแถม (ค่าเฉลี่ย 4.38) การรับประกันการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.38) การให้ส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 4.19) การจัดให้มีการผ่อนชำระโดยไม่มีดอกเบี้ย (ค่าเฉลี่ย 3.94) การจัดรายการแนะนำสินค้า (Event) (ค่าเฉลี่ย 3.88) การมีศูนย์บริการหลังการขาย (ค่าเฉลี่ย 3.75) การบริการของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.69) การจัดวางสินค้าในศูนย์/ตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.50) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับ

ปานกลาง ได้แก่ การให้คำแนะนำของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.44) การโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น แผ่นพับ อินเทอร์เน็ต วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.37) และความรู้เกี่ยวกับกล้องของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.31) ตามลำดับ

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกล้องสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยวด้วยระบบดิจิทัล (DSLR) ยี่ห้อแคนนอน จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	อาชีพ									
	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ		ธุรกิจส่วนตัว		พนักงาน บริษัทเอกชน		นักเรียน/ นักศึกษา		พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.28 (มาก)	1	4.22 (มาก)	1	4.18 (มาก)	1	4.19 (มาก)	1	4.28 (มาก)	1
2. ปัจจัยด้านราคา	3.97 (มาก)	3	3.99 (มาก)	3	3.94 (มาก)	2	3.86 (มาก)	3	4.06 (มาก)	2
3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.91 (มาก)	4	3.99 (มาก)	3	3.77 (มาก)	4	3.86 (มาก)	3	3.58 (มาก)	4
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	4.21 (มาก)	2	4.10 (มาก)	2	3.94 (มาก)	2	3.96 (มาก)	2	3.80 (มาก)	3
ค่าเฉลี่ยรวม	4.09 (มาก)		4.08 (มาก)		3.96 (มาก)		3.97 (มาก)		3.93 (มาก)	

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง สำคัญมากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง สำคัญมาก, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง สำคัญปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง สำคัญน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 40 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.09) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยดังนี้ ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.28) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 4.21) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.97) และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.91) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัวให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.08) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยดังนี้ ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.22) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 4.10) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.99) และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.99) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยดังนี้ ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.18) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.94) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.94) และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.77) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษาให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยดังนี้ ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.19) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.96) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.86) และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.86) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้านให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.93) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยดังนี้ ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.28) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 4.06) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.80) และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.58) ตามลำดับ

ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกล้องสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยวด้วยระบบดิจิทัล (DSLR) ยี่ห้อแคนนอน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน									
	ไม่เกิน 10,000 บาท		10,001-20,000 บาท		20,001-30,000 บาท		30,001-40,000 บาท		40,001 บาทขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
11. ความคมชัดและสีส้มของภาพถ่าย	4.40 (มาก)	1	4.54 (มากที่สุด)	1	4.56 (มากที่สุด)	1	4.63 (มากที่สุด)	1	4.56 (มากที่สุด)	1
12. ความคมชัดของหน้าจอแสดงผล	4.34 (มาก)	4	4.35 (มาก)	3	4.40 (มาก)	2	4.40 (มาก)	4	4.38 (มาก)	2
13. ความเร็วในการประมวลผล	4.22 (มาก)	6	4.28 (มาก)	4	4.24 (มาก)	4	4.32 (มาก)	5	4.34 (มาก)	4
14. ขนาดและน้ำหนักของกล้อง	3.95 (มาก)	10	4.03 (มาก)	8	4.06 (มาก)	8	4.27 (มาก)	7	4.06 (มาก)	6
15. รูปทรงและโทนสีของตัวกล้อง	3.99 (มาก)	9	3.97 (มาก)	9	4.07 (มาก)	7	4.22 (มาก)	8	3.69 (มาก)	9
16. ความแข็งแรงทนทาน	4.08 (มาก)	8	4.13 (มาก)	6	4.18 (มาก)	5	4.48 (มาก)	3	3.94 (มาก)	7
17. รุ่นกล้องที่หลากหลาย	4.24 (มาก)	5	4.04 (มาก)	7	3.99 (มาก)	9	4.10 (มาก)	9	3.59 (มาก)	10
18. ความสามารถในการพ่วงต่ออุปกรณ์อื่น	4.09 (มาก)	7	3.97 (มาก)	9	3.94 (มาก)	10	3.85 (มาก)	10	3.75 (มาก)	8
19. ฟังก์ชันการทำงานที่หลากหลาย	4.37 (มาก)	2	4.22 (มาก)	5	4.27 (มาก)	3	4.28 (มาก)	6	4.25 (มาก)	5
20. ความน่าเชื่อถือของตราสินค้า	4.35 (มาก)	3	4.42 (มาก)	2	4.13 (มาก)	6	4.60 (มากที่สุด)	2	4.38 (มาก)	2
ค่าเฉลี่ยรวม	4.20 (มาก)		4.20 (มาก)		4.18 (มาก)		4.31 (มาก)		4.09 (มาก)	

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง สำคัญมากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง สำคัญมาก, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49

หมายถึง สำคัญปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง สำคัญน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 41 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.20) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยดังนี้ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ความคมชัดและสีสันทนของภาพถ่าย (ค่าเฉลี่ย 4.40) ฟังก์ชันการทำงานที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.37) ความน่าเชื่อถือของตราสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.35) ความคมชัดของหน้าจอแสดงผล (ค่าเฉลี่ย 4.34) รุ่นกล้องที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.24) ความเร็วในการประมวลผล (ค่าเฉลี่ย 4.22) ความสามารถในการฟังต่ออุปกรณ์อื่น (ค่าเฉลี่ย 4.09) ความแข็งแรงทนทาน (ค่าเฉลี่ย 4.08) รูปทรงและโทนสีของตัวกล้อง (ค่าเฉลี่ย 3.99) และขนาดและน้ำหนักของกล้อง (ค่าเฉลี่ย 3.95) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.20) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยดังนี้ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ได้แก่ ความคมชัดและสีสันทนของภาพถ่าย (ค่าเฉลี่ย 4.54) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของตราสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.42) ความคมชัดของหน้าจอแสดงผล (ค่าเฉลี่ย 4.35) ความเร็วในการประมวลผล (ค่าเฉลี่ย 4.28) ฟังก์ชันการทำงานที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.22) ความแข็งแรงทนทาน (ค่าเฉลี่ย 4.13) รุ่นกล้องที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.04) ขนาดและน้ำหนักของกล้อง (ค่าเฉลี่ย 4.03) รูปทรงและโทนสีของตัวกล้อง (ค่าเฉลี่ย 3.97) และความสามารถในการฟังต่ออุปกรณ์อื่น (ค่าเฉลี่ย 3.97) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.18) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยดังนี้ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ได้แก่ ความคมชัดและสีสันทนของภาพถ่าย (ค่าเฉลี่ย 4.56) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ความคมชัดของหน้าจอแสดงผล (ค่าเฉลี่ย 4.40) ฟังก์ชันการทำงานที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.27) ความเร็วในการประมวลผล (ค่าเฉลี่ย 4.24) ความแข็งแรงทนทาน (ค่าเฉลี่ย 4.18) ความน่าเชื่อถือของตราสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.13) รูปทรงและโทนสีของตัวกล้อง (ค่าเฉลี่ย 4.07) ขนาดและน้ำหนักของกล้อง (ค่าเฉลี่ย 4.06) รุ่นกล้องที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.99) และความสามารถในการฟังต่ออุปกรณ์อื่น (ค่าเฉลี่ย 3.94) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.31) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยดังนี้ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ได้แก่ ความคมชัดและสีสันทนของภาพถ่าย (ค่าเฉลี่ย 4.63) ความน่าเชื่อถือของตราสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.60) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบ

แบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ความแข็งแรงทนทาน (ค่าเฉลี่ย 4.48) ความคมชัดของหน้าจอแสดงผล (ค่าเฉลี่ย 4.40) ความเร็วในการประมวลผล (ค่าเฉลี่ย 4.32) ฟังก์ชันการทำงานที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.28) ขนาดและน้ำหนักของกล้อง (ค่าเฉลี่ย 4.27) รูปทรงและโทนสีของตัวกล้อง (ค่าเฉลี่ย 4.22) รุ่นกล้องที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.10) และความสามารถในการฟุ้งต่ออุปกรณ์อื่น (ค่าเฉลี่ย 3.85) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อบริษัทด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.09) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยดังนี้ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ได้แก่ ความคมชัดและสีสันทนของภาพถ่าย (ค่าเฉลี่ย 4.56) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ความคมชัดของหน้าจอแสดงผล (ค่าเฉลี่ย 4.38) ความน่าเชื่อถือของตราสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.38) ความเร็วในการประมวลผล (ค่าเฉลี่ย 4.34) ฟังก์ชันการทำงานที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.25) ขนาดและน้ำหนักของกล้อง (ค่าเฉลี่ย 4.06) ความแข็งแรงทนทาน (ค่าเฉลี่ย 3.94) ความสามารถในการฟุ้งต่ออุปกรณ์อื่น (ค่าเฉลี่ย 3.75) รูปทรงและโทนสีของตัวกล้อง (ค่าเฉลี่ย 3.69) และรุ่นกล้องที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.59) ตามลำดับ

ตารางที่ 42 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ กล้องสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยวด้วยระบบดิจิทัล (DSLR) ยี่ห้อแคนนอน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านราคา	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน									
	ไม่เกิน 10,000 บาท		10,001-20,000 บาท		20,001-30,000 บาท		30,001-40,000 บาท		40,001 บาท ขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
6. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	4.25 (มาก)	1	4.31 (มาก)	1	4.33 (มาก)	1	4.67 (มากที่สุด)	1	4.53 (มากที่สุด)	1
7. ค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษากล้อง	3.88 (มาก)	2	3.87 (มาก)	3	3.95 (มาก)	3	3.88 (มาก)	4	3.91 (มาก)	2
8. ค่าใช้จ่ายในการซื้ออุปกรณ์ฟ่วง เช่น เลนส์ แฟลช ขาตั้งกล้อง	3.79 (มาก)	3	3.72 (มาก)	5	3.80 (มาก)	5	3.85 (มาก)	5	3.75 (มาก)	3
9. ระยะเวลาการผ่อนชำระเงิน	3.73 (มาก)	4	3.86 (มาก)	4	3.95 (มาก)	3	3.93 (มาก)	2	3.12 (ปานกลาง)	4
10. จำนวนเงินผ่อนชำระต่องวด	3.64 (มาก)	5	3.94 (มาก)	2	3.97 (มาก)	2	3.90 (มาก)	3	3.06 (ปานกลาง)	5
ค่าเฉลี่ยรวม	3.86 (มาก)		3.94 (มาก)		4.00 (มาก)		4.04 (มาก)		3.68 (มาก)	

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง สำคัญมากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง สำคัญมาก, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง สำคัญปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง สำคัญน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 42 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยดังนี้ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.25) ค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษากล้อง (ค่าเฉลี่ย 3.88) ค่าใช้จ่ายในการซื้ออุปกรณ์ฟ่วง เช่น เลนส์ แฟลช ขาตั้งกล้อง (ค่าเฉลี่ย 3.79) ระยะเวลาการผ่อนชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.73) และจำนวนเงินผ่อนชำระต่องวด (ค่าเฉลี่ย 3.64) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.94) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยดังนี้ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.31) จำนวนเงินผ่อนชำระต่องวด (ค่าเฉลี่ย 3.94) ค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษากีฬอง (ค่าเฉลี่ย 3.87) ระยะเวลาการผ่อนชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.86) และค่าใช้จ่ายในการซื้ออุปกรณ์ฟ่วง เช่น เสนส์ แฟลช ขาตั้งกอล์ฟ (ค่าเฉลี่ย 3.72) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยดังนี้ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.33) จำนวนเงินผ่อนชำระต่องวด (ค่าเฉลี่ย 3.97) ค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษากีฬอง (ค่าเฉลี่ย 3.95) ระยะเวลาการผ่อนชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.95) และค่าใช้จ่ายในการซื้ออุปกรณ์ฟ่วง เช่น เสนส์ แฟลช ขาตั้งกอล์ฟ (ค่าเฉลี่ย 3.80) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.04) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยดังนี้ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.67) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ระยะเวลาการผ่อนชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.93) จำนวนเงินผ่อนชำระต่องวด (ค่าเฉลี่ย 3.90) ค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษากีฬอง (ค่าเฉลี่ย 3.88) และค่าใช้จ่ายในการซื้ออุปกรณ์ฟ่วง เช่น เสนส์ แฟลช ขาตั้งกอล์ฟ (ค่าเฉลี่ย 3.85) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.68) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยดังนี้ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.53) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษากีฬอง (ค่าเฉลี่ย 3.91) ค่าใช้จ่ายในการซื้ออุปกรณ์ฟ่วง เช่น เสนส์ แฟลช ขาตั้งกอล์ฟ (ค่าเฉลี่ย 3.75) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับปานกลาง ได้แก่ ระยะเวลาการผ่อนชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.12) และจำนวนเงินผ่อนชำระต่องวด (ค่าเฉลี่ย 3.06) ตามลำดับ

ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกล้องสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยวด้วยระบบดิจิทัล (DSLR) ยี่ห้อแคนนอน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน									
	ไม่เกิน 10,000 บาท		10,001-20,000 บาท		20,001-30,000 บาท		30,001-40,000 บาท		40,001 บาทขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
5. การมีศูนย์/ตัวแทนจำหน่ายมากเพียงพอ	3.84 (มาก)	3	3.89 (มาก)	2	3.91 (มาก)	1	3.75 (มาก)	4	3.97 (มาก)	2
6. ทำเลที่ตั้งของศูนย์/ตัวแทนจำหน่ายอยู่ในจุดที่สะดวกสำหรับลูกค้า	3.84 (มาก)	3	3.80 (มาก)	3	3.81 (มาก)	2	3.97 (มาก)	1	3.84 (มาก)	3
7. ความน่าเชื่อถือของศูนย์/ตัวแทนจำหน่าย	3.88 (มาก)	1	3.91 (มาก)	1	3.72 (มาก)	3	3.95 (มาก)	2	4.03 (มาก)	1
8. วันและเวลาเปิด-ปิดทำการของศูนย์/ตัวแทนจำหน่าย	3.87 (มาก)	2	3.69 (มาก)	4	3.61 (มาก)	4	3.88 (มาก)	3	3.34 (ปานกลาง)	4
ค่าเฉลี่ยรวม	3.86 (มาก)		3.82 (มาก)		3.76 (มาก)		3.89 (มาก)		3.80 (มาก)	

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง ลำดับมากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง ลำดับมาก, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง ลำดับปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง ลำดับน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง ลำดับน้อยที่สุด

จากตารางที่ 43 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยดังนี้ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของศูนย์/ตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.88) วันและเวลาเปิด-ปิดทำการของศูนย์/ตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.87) การมีศูนย์/ตัวแทนจำหน่ายมากเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.84) และทำเลที่ตั้งของศูนย์/ตัวแทนจำหน่ายอยู่ในจุดที่สะดวกสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.84) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.82) เรียงลำดับความสำคัญ

ของปัจจัยย่อยดังนี้ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของศูนย์/ตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.91) การมีศูนย์/ตัวแทนจำหน่ายมากเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.89) ทำเลที่ตั้งของศูนย์/ตัวแทนจำหน่ายอยู่ในจุดที่สะดวกสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.80) และวันและเวลาเปิด-ปิดทำการของศูนย์/ตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.69) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.76) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยดังนี้ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ การมีศูนย์/ตัวแทนจำหน่ายมากเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.91) ทำเลที่ตั้งของศูนย์/ตัวแทนจำหน่ายอยู่ในจุดที่สะดวกสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.81) ความน่าเชื่อถือของศูนย์/ตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.72) และวันและเวลาเปิด-ปิดทำการของศูนย์/ตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.61) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยดังนี้ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ทำเลที่ตั้งของศูนย์/ตัวแทนจำหน่ายอยู่ในจุดที่สะดวกสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.97) ความน่าเชื่อถือของศูนย์/ตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.95) วันและเวลาเปิด-ปิดทำการของศูนย์/ตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.88) และการมีศูนย์/ตัวแทนจำหน่ายมากเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.75) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยดังนี้ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของศูนย์/ตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.03) การมีศูนย์/ตัวแทนจำหน่ายมากเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.97) ทำเลที่ตั้งของศูนย์/ตัวแทนจำหน่ายอยู่ในจุดที่สะดวกสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.84) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับปานกลาง ได้แก่ วันและเวลาเปิด-ปิดทำการของศูนย์/ตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.34) ตามลำดับ

ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกล้องสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยวด้วยระบบดิจิทัล (DSLR) ยี่ห้อแคนนอน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน									
	ไม่เกิน 10,000 บาท		10,001-20,000 บาท		20,001-30,000 บาท		30,001-40,000 บาท		40,001 บาทขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
12.การจัดวางสินค้าในศูนย์/ตัวแทนจำหน่าย	3.87 (มาก)	9	3.74 (มาก)	11	3.67 (มาก)	10	3.88 (มาก)	9	3.56 (มาก)	11
13.การบริการของพนักงานขาย	3.99 (มาก)	4	3.86 (มาก)	8	3.97 (มาก)	6	4.20 (มาก)	5	3.81 (มาก)	5
14.ความรู้เกี่ยวกับกล้องของพนักงานขาย	3.94 (มาก)	6	3.93 (มาก)	7	3.94 (มาก)	7	4.02 (มาก)	7	3.78 (มาก)	6
15.การให้คำแนะนำของพนักงานขาย	4.00 (มาก)	3	3.97 (มาก)	5	3.93 (มาก)	8	4.00 (มาก)	8	3.75 (มาก)	7
16.การโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น แผ่นพับ อินเทอร์เน็ต วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น	3.99 (มาก)	4	3.77 (มาก)	10	3.67 (มาก)	10	3.70 (มาก)	11	3.59 (มาก)	10
17.การมีศูนย์บริการหลังการขาย	3.84 (มาก)	11	4.12 (มาก)	4	4.04 (มาก)	5	4.12 (มาก)	6	4.16 (มาก)	3
18.การจัดรายการแนะนำสินค้า(Event)	3.91 (มาก)	8	3.80 (มาก)	9	3.85 (มาก)	9	3.82 (มาก)	10	3.66 (มาก)	9
19.การมีอุปกรณ์ของแถม	4.01 (มาก)	2	3.97 (มาก)	5	4.09 (มาก)	3	4.27 (มาก)	4	3.91 (มาก)	4
20.การรับประกันการใช้งาน	4.16 (มาก)	1	4.24 (มาก)	1	4.19 (มาก)	1	4.48 (มาก)	1	4.41 (มาก)	1
21.การให้ส่วนลด	3.94 (มาก)	6	4.15 (มาก)	2	4.07 (มาก)	4	4.42 (มาก)	3	4.22 (มาก)	2

ตารางที่ 44(ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกล้องสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยวด้วยระบบดิจิทัล (DSLR) ยี่ห้อแคนนอน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน									
	ไม่เกิน 10,000 บาท		10,001-20,000 บาท		20,001-30,000 บาท		30,001-40,000 บาท		40,001 บาทขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
22.การจัดให้มีการผ่อนชำระโดยไม่มีดอกเบี้ย	3.87 (มาก)	9	4.15 (มาก)	2	4.13 (มาก)	2	4.43 (มาก)	2	3.72 (มาก)	8
ค่าเฉลี่ยรวม	3.96 (มาก)		3.97 (มาก)		3.96 (มาก)		4.12 (มาก)		3.87 (มาก)	

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง สำคัญมากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง สำคัญมาก, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง สำคัญปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง สำคัญน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 44 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยดังนี้ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ได้แก่ การรับประกันการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.16) การมีอุปกรณ์ของแถม (ค่าเฉลี่ย 4.01) การให้คำแนะนำของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.00) การบริการของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.99) การโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น แผ่นพับ อินเทอร์เน็ต วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.99) ความรู้เกี่ยวกับกล้องของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.94) การให้ส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 3.94) การจัดรายการแนะนำสินค้า (Event) (ค่าเฉลี่ย 3.91) การจัดวางสินค้าในศูนย์/ตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.87) การจัดให้มีการผ่อนชำระโดยไม่มีดอกเบี้ย (ค่าเฉลี่ย 3.87) และการมีศูนย์บริการหลังการขาย (ค่าเฉลี่ย 3.84) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยดังนี้ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ได้แก่ การรับประกันการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.24) การให้ส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 4.15) การจัดให้มีการผ่อนชำระโดยไม่มีดอกเบี้ย (ค่าเฉลี่ย 4.15) การมีศูนย์บริการหลังการขาย (ค่าเฉลี่ย 4.12) การให้คำแนะนำของพนักงานขาย

(ค่าเฉลี่ย 3.97) การมีอุปกรณ์ของแถม (ค่าเฉลี่ย 3.97) ความรู้เกี่ยวกับกล้องของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.93) การบริการของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.86) การจัดรายการแนะนำสินค้า (Event) (ค่าเฉลี่ย 3.80) การโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น แผ่นพับ อินเทอร์เน็ต วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.77) และการจัดวางสินค้าในศูนย์/ตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.74) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยดังนี้ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ การรับประกันการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.19) การจัดให้มีการผ่อนชำระโดยไม่มีดอกเบี้ย (ค่าเฉลี่ย 4.13) การมีอุปกรณ์ของแถม (ค่าเฉลี่ย 4.09) การให้ส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 4.07) การมีศูนย์บริการหลังการขาย (ค่าเฉลี่ย 4.04) การบริการของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.97) ความรู้เกี่ยวกับกล้องของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.94) การให้คำแนะนำของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.93) การจัดรายการแนะนำสินค้า (Event) (ค่าเฉลี่ย 3.85) การจัดวางสินค้าในศูนย์/ตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.67) และ การโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น แผ่นพับ อินเทอร์เน็ต วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.67) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.12) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยดังนี้ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ การรับประกันการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.48) การจัดให้มีการผ่อนชำระโดยไม่มีดอกเบี้ย (ค่าเฉลี่ย 4.43) การให้ส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 4.42) การมีอุปกรณ์ของแถม (ค่าเฉลี่ย 4.27) การบริการของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.20) การมีศูนย์บริการหลังการขาย (ค่าเฉลี่ย 4.12) ความรู้เกี่ยวกับกล้องของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.02) การให้คำแนะนำของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.00) การจัดวางสินค้าในศูนย์/ตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.88) การจัดรายการแนะนำสินค้า (Event) (ค่าเฉลี่ย 3.82) และ การโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น แผ่นพับ อินเทอร์เน็ต วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.70) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.87) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยดังนี้ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ การรับประกันการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.41) การให้ส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 4.22) การมีศูนย์บริการหลังการขาย (ค่าเฉลี่ย 4.16) การมีอุปกรณ์ของแถม (ค่าเฉลี่ย 3.91) การบริการของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.81) ความรู้เกี่ยวกับกล้องของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.78) การให้คำแนะนำของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.75) การจัดให้มีการผ่อนชำระโดยไม่มีดอกเบี้ย (ค่าเฉลี่ย 3.72) การจัดรายการแนะนำสินค้า (Event) (ค่าเฉลี่ย

3.66) การโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น แผ่นพับ อินเทอร์เน็ต วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.59) และการจัดวางสินค้าในศูนย์ตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.56) ตามลำดับ

ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้าที่ถ่ายภาพเลนส์เดี่ยวด้วยระบบดิจิทัล (DSLR) ยี่ห้อแคนนอน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน									
	ไม่เกิน 10,000 บาท		10,001-20,000 บาท		20,001-30,000 บาท		30,001-40,000 บาท		40,001 บาทขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
5. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.20 (มาก)	1	4.20 (มาก)	1	4.18 (มาก)	1	4.31 (มาก)	1	4.09 (มาก)	1
6. ปัจจัยด้านราคา	3.86 (มาก)	3	3.94 (มาก)	3	4.00 (มาก)	2	4.04 (มาก)	3	3.68 (มาก)	4
7. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.86 (มาก)	3	3.82 (มาก)	4	3.76 (มาก)	4	3.89 (มาก)	4	3.80 (มาก)	3
8. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.96 (มาก)	2	3.97 (มาก)	2	3.96 (มาก)	3	4.12 (มาก)	2	3.87 (มาก)	2
ค่าเฉลี่ยรวม	3.97 (มาก)		3.98 (มาก)		3.98 (มาก)		4.09 (มาก)		3.86 (มาก)	

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง สำคัญมากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง สำคัญมาก, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง สำคัญปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง สำคัญน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 45 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยดังนี้ ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.20) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.96) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.86) และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.86) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.98) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัย

ดังนี้ ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.20) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.97) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.94) และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.82) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.98) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัย ดังนี้ ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.18) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 4.00) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.96) และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.76) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.09) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัย ดังนี้ ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.31) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 4.12) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 4.04) และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.89) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัย ดังนี้ ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.09) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.87) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.80) และปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.68) ตามลำดับ

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะที่มีต่อการเลือกซื้อกล้องสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยวด้วยระบบดิจิทัล (DSLR) ยี่ห้อแคนนอน

ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 420 คน ตอบคำถามปลายเปิดข้อเสนอแนะที่มีต่อการเลือกซื้อกล้องสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยวด้วยระบบดิจิทัล (DSLR) ยี่ห้อแคนนอน จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.19

ตารางที่ 46 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อเสนอแนะที่มีต่อการเลือกซื้อกล้องสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยวด้วยระบบดิจิทัล (DSLR) ยี่ห้อแคนนอน

ข้อเสนอแนะ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต้องการให้สินค้ามีคุณภาพดี ราคาเหมาะสม และการบริการหลังการขายดี	1	0.24
กล้อง DSLR ทุกรุ่น ควรถ่ายวิดีโอและภาพนิ่งได้	1	0.24
ต้องการรายละเอียดเกี่ยวกับกล้องเพิ่มขึ้นสำหรับผู้ที่ยังไม่มีความรู้เรื่องกล้อง	1	0.24
กล้องรุ่นใหม่ออกจำหน่ายในเวลาใกล้เคียงกันเกินไป ทำให้ผู้ซื้อรู้สึกมูลค่าตกลงเร็วมากเพราะตกรุ่น	1	0.24
การจัดรายการส่งเสริมการขายหรือโฆษณามาก จะทำให้สินค้ามีความต้องการซื้อสูง	1	0.24

จากตารางที่ 46 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามตอบคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับข้อเสนอแนะที่มีต่อการเลือกซื้อกล้องสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยวด้วยระบบดิจิทัล (DSLR) ยี่ห้อแคนนอน จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.19 มีข้อเสนอแนะดังนี้ ต้องการให้สินค้ามีคุณภาพดี ราคาเหมาะสม และการบริการหลังการขายดี กล้อง DSLR ทุกรุ่น ควรถ่ายวิดีโอและภาพนิ่งได้ ต้องการรายละเอียดเกี่ยวกับกล้องเพิ่มขึ้นสำหรับผู้ที่ยังไม่มีความรู้เรื่องกล้อง กล้องรุ่นใหม่ออกจำหน่ายในเวลาใกล้เคียงกันเกินไป ทำให้ผู้ซื้อรู้สึกมูลค่าตกลงเร็วมากเพราะตกรุ่น และการจัดรายการส่งเสริมการขายหรือโฆษณามาก จะทำให้สินค้ามีความต้องการซื้อสูง คิดเป็นร้อยละ 0.24 เท่ากัน

ตารางที่ 47 แสดงปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกล้องสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยวด้วยระบบดิจิทัล (DSLR) ยี่ห้อแคนนอน เรียงลำดับจากมากไปน้อย

ปัจจัยย่อย	ปัจจัยหลัก	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
ความคมชัดและสีสันทของภาพถ่าย	ผลิตภัณฑ์	4.51	มากที่สุด
ความคมชัดของหน้าจอแสดงผล	ผลิตภัณฑ์	4.37	มาก
ความน่าเชื่อถือของตราสินค้า	ผลิตภัณฑ์	4.35	มาก
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	ราคา	4.35	มาก
ฟังก์ชันการทำงานที่หลากหลาย	ผลิตภัณฑ์	4.28	มาก
ความเร็วในการประมวลผล	ผลิตภัณฑ์	4.26	มาก
การรับประกันการใช้งาน	การส่งเสริมการตลาด	4.24	มาก
ความแข็งแรงทนทาน	ผลิตภัณฑ์	4.14	มาก
การให้ส่วนลด	การส่งเสริมการตลาด	4.10	มาก
รุ่นกล้องที่หลากหลาย	ผลิตภัณฑ์	4.06	มาก
การจัดให้มีการผ่อนชำระ โดยไม่มีดอกเบี้ย	การส่งเสริมการตลาด	4.05	มาก
ขนาดและน้ำหนักของกล้อง	ผลิตภัณฑ์	4.04	มาก
การมีอุปกรณ์ของแถม	การส่งเสริมการตลาด	4.03	มาก
การมีศูนย์บริการหลังการขาย	การส่งเสริมการตลาด	4.02	มาก
รูปทรงและโทนสีของตัวกล้อง	ผลิตภัณฑ์	4.00	มาก
ความสามารถในการพ่วงต่ออุปกรณ์อื่น	ผลิตภัณฑ์	3.97	มาก
การบริการของพนักงานขาย	การส่งเสริมการตลาด	3.95	มาก
การให้คำแนะนำของพนักงานขาย	การส่งเสริมการตลาด	3.95	มาก
ความรู้เกี่ยวกับกล้องของพนักงานขาย	การส่งเสริมการตลาด	3.93	มาก
ค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษากล้อง	ราคา	3.89	มาก
การมีศูนย์/ตัวแทนจำหน่ายมากเพียงพอ	ช่องทางการจัดจำหน่าย	3.87	มาก

ตารางที่ 47 (ต่อ) แสดงปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกล้องสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยวด้วยระบบดิจิทัล (DSLR) ยี่ห้อแคนนอน เรียงลำดับจากมากไปน้อย

ปัจจัยย่อย	ปัจจัยหลัก	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
ความน่าเชื่อถือของศูนย์/ตัวแทนจำหน่าย	ช่องทางการจัดจำหน่าย	3.87	มาก
ทำเลที่ตั้งของศูนย์/ตัวแทนจำหน่าย อยู่ในจุดที่สะดวกสำหรับลูกค้า	ช่องทางการจัดจำหน่าย	3.84	มาก
การจัดรายการแนะนำสินค้า(Event)	การส่งเสริมการตลาด	3.84	มาก
การโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น แผ่นพับ อินเทอร์เน็ต วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น	การส่งเสริมการตลาด	3.80	มาก
ระยะเวลาการผ่อนชำระเงิน	ราคา	3.79	มาก
จำนวนเงินผ่อนชำระต่องวด	ราคา	3.79	มาก
ค่าใช้จ่ายในการซื้ออุปกรณ์พ่วง เช่น เลนส์ แฟลช ขาตั้งกล้อง	ราคา	3.78	มาก
การจัดวางสินค้าในศูนย์/ตัวแทนจำหน่าย	การส่งเสริมการตลาด	3.76	มาก
วันและเวลาเปิด-ปิดทำการของศูนย์/ตัวแทนจำหน่าย	ช่องทางการจัดจำหน่าย	3.72	มาก

จากตารางที่ 47 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อย่อยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกล้องสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยวด้วยระบบดิจิทัล (DSLR) ยี่ห้อแคนนอน เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อย 10 ลำดับแรกดังนี้ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ได้แก่ ความคมชัดและสีสันทนของภาพถ่าย (ค่าเฉลี่ย 4.51) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ความคมชัดของหน้าจอแสดงผล (ค่าเฉลี่ย 4.37) ความน่าเชื่อถือของตราสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.35) ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.35) ฟังก์ชันการทำงานที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.28) ความเร็วในการประมวลผล (ค่าเฉลี่ย 4.26) การรับประกันการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.24) ความแข็งแรงทนทาน (ค่าเฉลี่ย 4.14) การให้ส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 4.10) และรุ่นกล้องที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.06) ตามลำดับ