

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิจัยเรื่องความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ออกเป็นขั้นตอนต่างๆ ตามลำดับดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับความคาดหวังและสิ่งที่คุณตอบแบบสอบถามได้รับจริงต่อส่วนประสมทางการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับความแตกต่างของความคาดหวังเมื่อเทียบกับสิ่งที่คุณตอบแบบสอบถามได้รับจริงต่อส่วนประสมทางการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับความแตกต่างของความคาดหวังเมื่อเทียบกับสิ่งที่คุณตอบแบบสอบถามได้รับจริงต่อส่วนประสมทางการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค จำแนกตามรูปแบบของธุรกิจ และผลประกอบการจากการดำเนินธุรกิจ

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 257 คน ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ตำแหน่ง รูปแบบขององค์กรธุรกิจ ทุนจดทะเบียนของกิจการ ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ผลประกอบการของธุรกิจต่อปี เกณฑ์ในการตัดสินใจซื้อ ความถี่ในการซื้อสินค้า รูปแบบการซื้อ ประเภทของอุปกรณ์การพิมพ์ที่ซื้อ และแหล่งข้อมูลสินค้าที่ค้นหา ด้วยการแจกแจงความถี่ และคิดเป็นร้อยละ ซึ่งผลการวิเคราะห์ที่แสดงผลดังตารางที่ 1 - 14

ตารางที่ 4.1 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
หญิง	124	48.25
ชาย	133	51.75
รวม	257	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 51.75 และเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 48.25

ตารางที่ 4.2 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 30 ปี	35	13.62
31 – 40 ปี	144	56.03
41 – 50 ปี	60	23.35
51 – 60 ปี	18	7.00
รวม	257	100.00

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 56.03 รองลงมาคืออายุระหว่าง 41 - 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 23.35 และมีจำนวนน้อยที่สุด คือ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 51 - 60 ปี คิดเป็นร้อยละ 7.00

ตารางที่ 4.3 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	97	37.74
สมรส / อยู่ด้วยกัน	160	62.26
รวม	257	100.00

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส / อยู่ด้วยกัน คิดเป็นร้อยละ 62.26 และมีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 37.74

ตารางที่ 4.4 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนต้น	18	7.00
มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช.	18	7.00
ปวส. หรือ อนุปริญญา	41	15.95
ปริญญาตรี	154	59.92
ปริญญาโทขึ้นไป	26	10.12
รวม	257	100.00

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 59.92 รองลงมา มีการศึกษาระดับ ปวส. หรือ อนุปริญญา คิดเป็นร้อยละ 15.95 และมีจำนวนน้อยที่สุด คือ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น และมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. ซึ่งมีจำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 7.00

ตารางที่ 4.5 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่งงาน

ตำแหน่งงาน	จำนวน	ร้อยละ
เจ้าหน้าที่ / หัวหน้างาน ฝ่ายผลิต	61	23.74
ผู้ช่วย / ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ	137	53.31
เจ้าของกิจการ	59	22.96
รวม	257	100.00

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีตำแหน่งงานระดับผู้ช่วย / ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ คิดเป็นร้อยละ 53.31 รองลงมา มีตำแหน่งงานระดับเจ้าหน้าที่ / หัวหน้างาน ฝ่ายผลิต คิดเป็นร้อยละ 23.74 และมีจำนวนน้อยที่สุด คือ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเจ้าของกิจการ คิดเป็นร้อยละ 22.96

ตารางที่ 4.6 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบขององค์กรธุรกิจ

รูปแบบขององค์กรธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
เจ้าของคนเดียว	34	13.23
ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล	28	10.89
ห้างหุ้นส่วนสามัญ	8	3.11
บริษัทจำกัด	182	70.82
บริษัทจำกัดมหาชน	5	1.95
รวม	257	100.00

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ดำเนินธุรกิจในรูปแบบบริษัทจำกัด คิดเป็นร้อยละ 70.82 รองลงมาดำเนินธุรกิจในรูปแบบเจ้าของคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 13.23 และมีจำนวนน้อยที่สุด คือ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ดำเนินธุรกิจในรูปแบบบริษัทจำกัดมหาชน คิดเป็นร้อยละ 1.95

ตารางที่ 4.7 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามทุนจดทะเบียนของกิจการ

ทุนจดทะเบียนของกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 1 ล้านบาท	42	16.34
1 – 10 ล้านบาท	166	64.59
11 – 50 ล้านบาท	15	5.84
51 – 100 ล้านบาท	25	9.73
100 ล้านบาทขึ้นไป	9	3.50
รวม	257	100.00

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีทุนจดทะเบียนของกิจการ 1 – 10 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 64.59 รองลงมา มีทุนจดทะเบียนของกิจการไม่เกิน 1 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 16.34 และมีจำนวนน้อยที่สุด คือ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทุนจดทะเบียนของกิจการ 100 ล้านบาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 3.50

ตารางที่ 4.8 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ

ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
1 – 5 ปี	10	3.89
6 – 10 ปี	83	32.30
11 – 15 ปี	64	24.90
16 – 20 ปี	56	21.79
21 ปีขึ้นไป	44	17.12
รวม	257	100.00

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 6 – 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.30 รองลงมามีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 11 – 15 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.90 และมีจำนวนน้อยที่สุด คือ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 1 – 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 3.89

ตารางที่ 4.9 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผลประกอบการจากการดำเนินธุรกิจต่อปี

ผลประกอบการจากการดำเนินธุรกิจต่อปี	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 5,000,000 บาท	28	10.89
5,000,001 - 10,000,000 บาท	50	19.46
10,000,001 - 15,000,000 บาท	46	17.90
15,000,001 - 20,000,000 บาท	79	30.74
20,000,001 บาทขึ้นไป	54	21.01
รวม	257	100.00

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีผลประกอบการจากการดำเนินธุรกิจต่อปี 15,000,001 - 20,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.74 รองลงมามีผลประกอบการจากการดำเนินธุรกิจต่อปี 20,000,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 21.01 และมีจำนวนน้อยที่สุด คือ ผู้ตอบ

แบบสอบถามที่มีผลประกอบการจากการดำเนินธุรกิจต่อปีไม่เกิน 5,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 10.89

ตารางที่ 4.10 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเกณฑ์ในการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์การพิมพ์

เกณฑ์ในการตัดสินใจซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ตามภาวะตลาด	13	5.06
ตามภาวะเศรษฐกิจ	28	10.89
ตามความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถาม	107	41.63
ตามผู้ใช้งาน	109	42.41
รวม	257	100.00

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้ออุปกรณ์การพิมพ์ตามผู้ใช้งาน คิดเป็นร้อยละ 42.41 รองลงมาตัดสินใจซื้อตามความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถาม คิดเป็นร้อยละ 41.63 และมีจำนวนน้อยที่สุด คือ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ตัดสินใจซื้อตามภาวะตลาดคิดเป็นร้อยละ 5.06

ตารางที่ 4.11 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อสินค้ากับห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค

ความถี่ในการซื้อสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
มากกว่าอาทิตย์ละครั้ง	19	7.39
1 – 2 อาทิตย์ ต่อครั้ง	42	16.34
2 – 4 อาทิตย์ ต่อครั้ง	67	26.07
ตั้งแต่ 1 – 3 เดือนต่อครั้ง	123	47.86
ตั้งแต่ 4 – 6 เดือนต่อครั้ง	6	2.33
รวม	257	100.00

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อสินค้ากับห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค ตั้งแต่ 1 – 3 เดือนต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 47.86 รองลงมาซื้อสินค้า 2 – 4 อาทิตย์ ต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 26.07 และมีจำนวนน้อยที่สุด คือผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อสินค้ากับห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค ตั้งแต่ 4 – 6 เดือนต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 2.33

ตารางที่ 4.12 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะการซื้ออุปกรณ์การพิมพ์

ลักษณะการซื้ออุปกรณ์การพิมพ์	จำนวน	ร้อยละ
จากผู้ขายรายเดียว	31	12.06
จากผู้ขายหลายราย	226	87.94
รวม	257	100.00

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะซื้ออุปกรณ์การพิมพ์จากผู้ขายหลายราย คิดเป็นร้อยละ 87.94 และจะซื้อจากผู้ขายรายเดียว คิดเป็นร้อยละ 12.06

ตารางที่ 4.13 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของอุปกรณ์การพิมพ์ที่ซื้อกับห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค

ประเภทของอุปกรณ์การพิมพ์	จำนวน	ร้อยละ
หมึกพิมพ์	103	40.08
เพลท	93	36.19
ฟิล์ม	30	11.67
ฝ้ายาง	180	70.04
เคมีต่าง ๆ	210	81.71
อุปกรณ์หลังการพิมพ์	66	25.68
อะไหล่เครื่องพิมพ์	48	18.68

หมายเหตุ: เป็นคำถามที่ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้ออุปกรณ์การพิมพ์ประเภทเคมีต่างๆ กับห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค คิดเป็นร้อยละ 81.71 รองลงมาซื้อฝ้ายาง คิดเป็นร้อยละ 70.04 รองลงมาอีกซื้อหมึกพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 40.08 และซื้อฟิล์มกับห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 11.6

ตารางที่ 4.14 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งที่หาข้อมูลสินค้า

แหล่งที่หาข้อมูลสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานขาย ห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค	237	92.22
อินเทอร์เน็ต	7	2.72
วารสาร สมุดหน้าเหลือง และสื่อสิ่งพิมพ์ อาทิ วารสารวงการพิมพ์ เป็นต้น	4	1.56
ได้รับคำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้งานท่านอื่น	23	8.95

หมายเหตุ: เป็นคำถามที่ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับรู้จริงข้อมูลสินค้าจากพนักงานขาย ห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค คิดเป็นร้อยละ 92.22 รองลงมารับรู้จริงข้อมูลสินค้าโดยได้รับคำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้งานท่านอื่น คิดเป็นร้อยละ 8.95 และผู้ตอบแบบสอบถามรับรู้จริงข้อมูลสินค้าจากวารสาร สมุดหน้าเหลือง และสื่อสิ่งพิมพ์ อาทิ วารสารวงการพิมพ์ เป็นต้น น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.56

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับความคาดหวังและสิ่งที่คุณตอบแบบสอบถามได้รับจริงต่อส่วนประสมทางการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค

ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับความคาดหวังและสิ่งที่คุณตอบแบบสอบถามได้รับจริงต่อส่วนประสมทางการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ด้วยการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย ซึ่งผลการวิเคราะห์แสดงผลดังตารางที่ 15 - 24

ตารางที่ 4.15 แสดงค่าเฉลี่ยของความคาดหวังที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้ออุปกรณ์การพิมพ์

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.34	มาก
2. ด้านราคา	4.32	มาก
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.21	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.37	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.31	มาก

หมายเหตุการแปลผล : ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = มีความคาดหวังน้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = มีความคาดหวังน้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = มีความคาดหวังปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มีความคาดหวังมาก, ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มีความคาดหวังมากที่สุด

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคาดหวังต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้ออุปกรณ์การพิมพ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย = 4.31 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในทุกด้านอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยมีความคาดหวังต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ค่าเฉลี่ย = 4.37 เป็นอันดับแรก อันดับรองลงมา ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย = 4.34 ด้านราคา ค่าเฉลี่ย = 4.32) และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ย = 4.21 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของความคาดหวังต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกซื้ออุปกรณ์การพิมพ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	
1. มีอุปกรณ์การพิมพ์ให้เลือกหลากหลาย แบรนด์และครบทุกรุ่นจำหน่าย	84 (32.68)	143 (55.64)	30 (11.67)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.21 (มาก)
2. จำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับ สิ่งแวดล้อม	121 (47.08)	100 (38.91)	36 (14.01)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.33 (มาก)
3. จำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐานและมี เอกสารรับรองคุณภาพอย่างดีเยี่ยม	137 (53.31)	105 (40.86)	15 (5.84)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.47 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม						4.34 (มาก)

หมายเหตุการแปลผล : ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = มีความคาดหวังน้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = มีความคาดหวังน้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = มีความคาดหวังปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มีความคาดหวังมาก, ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มีความคาดหวังมากที่สุด

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคาดหวังต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกซื้ออุปกรณ์การพิมพ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย = 4.34 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในทุกข้ออยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยมีความคาดหวังในเรื่องการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐานและมีเอกสารรับรองคุณภาพอย่างดีเยี่ยม ค่าเฉลี่ย = 4.47 เป็นอันดับแรก อันดับรองลงมา ได้แก่ เรื่องการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ค่าเฉลี่ย = 4.33 และมีอุปกรณ์การพิมพ์ให้เลือกหลากหลายแบรนด์และครบทุกรุ่นจำหน่าย ค่าเฉลี่ย = 4.21 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.17 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยของความคาดหวังต่อปัจจัยด้านราคาในการเลือกซื้ออุปกรณ์การพิมพ์

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	
1. ตั้งราคาที่เป็นมาตรฐานเหมาะสมทั้ง คุณภาพและปริมาณอย่างดีเยี่ยม	140 (54.47)	112 (43.58)	5 (1.95)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.53 (มากที่สุด)
2. กำหนดสินค้าที่ราคาต่ำกว่าผู้จำหน่าย รายอื่น	118 (45.91)	95 (36.96)	36 (14.01)	8 (3.11)	0 (0.00)	4.26 (มาก)
3. ให้เงื่อนไขการชำระเงิน เช่น เงินสด, เครดิต ได้ตรงตามความต้องการ	81 (31.52)	139 (54.09)	37 (14.40)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.17 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม						4.32 (มาก)

หมายเหตุการแปดผล : ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = มีความคาดหวังน้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = มีความคาดหวังน้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = มีความคาดหวังปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มีความคาดหวังมาก, ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มีความคาดหวังมากที่สุด

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคาดหวังต่อปัจจัยด้านราคาในการเลือกซื้ออุปกรณ์การพิมพ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย = 4.32 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังต่อปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับมากที่สุด 1 ข้อ ได้แก่ เรื่องการตั้งราคาที่เป็นมาตรฐานเหมาะสมทั้งคุณภาพและปริมาณอย่างดีเยี่ยม ค่าเฉลี่ย = 4.53 และมีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก 2 ข้อ ได้แก่ เรื่องการจำหน่ายสินค้าที่ราคาต่ำกว่าผู้จำหน่ายรายอื่น ค่าเฉลี่ย = 4.26 และการให้เงื่อนไขการชำระเงิน เช่น เงินสด, เครดิต ได้ตรงตามความต้องการ ค่าเฉลี่ย = 4.17 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.18 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยของความคาดหวังต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการเลือกซื้ออุปกรณ์การพิมพ์

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	
1. มีสินค้าเพียงพอต่อความต้องการเมื่อมีการสั่งซื้อ	143 (55.64)	94 (36.58)	20 (7.78)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.48 (มาก)
2. ส่งสินค้าที่มีสภาพสมบูรณ์ถูกต้องและตรงต่อเวลา	165 (64.20)	89 (34.63)	3 (1.17)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.63 (มากที่สุด)
3. สามารถติดต่อทางโทรศัพท์ที่ได้สะดวกและรวดเร็ว	166 (64.59)	77 (29.96)	14 (5.45)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.59 (มากที่สุด)
4. การกำหนดปริมาณการสั่งซื้อของเป็นที่ยอมรับมากที่สุด	110 (42.80)	111 (43.19)	36 (14.01)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.29 (มาก)
5. สถานที่ตั้งหาง่ายและสะดวกในการเดินทาง	23 (8.95)	135 (52.53)	93 (36.19)	6 (2.33)	0 (0.00)	3.68 (มาก)
6. มีสถานที่จอดรถที่สะดวกและเพียงพอ	29 (11.28)	103 (40.08)	119 (46.30)	0 (0.00)	6 (2.33)	3.58 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม						4.21 (มาก)

หมายเหตุการแปลผล : ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = มีความคาดหวังน้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = มีความคาดหวังน้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = มีความคาดหวังปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มีความคาดหวังมาก, ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มีความคาดหวังมากที่สุด

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคาดหวังต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการเลือกซื้ออุปกรณ์การพิมพ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย = 4.21 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมากที่สุด 2 ข้อ ได้แก่ เรื่องการส่งสินค้าที่มีสภาพสมบูรณ์ถูกต้องและตรงต่อเวลา ค่าเฉลี่ย = 4.63 และสามารถติดต่อทางโทรศัพท์ที่ได้สะดวกและรวดเร็ว ค่าเฉลี่ย = 4.59 และมีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก 4 ข้อ ได้แก่ เรื่องการมีสินค้าเพียงพอต่อความต้องการเมื่อมีการสั่งซื้อ ค่าเฉลี่ย = 4.48 การกำหนดปริมาณการสั่งซื้อของเป็นที่ยอมรับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย = 4.29 สถานที่ตั้งหาง่ายและสะดวกในการเดินทาง ค่าเฉลี่ย = 3.68 และมีสถานที่จอดรถที่สะดวกและเพียงพอ ค่าเฉลี่ย = 3.58 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.19 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยของความคาดหวังต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในการเลือกซื้ออุปกรณ์การพิมพ์

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	
1. มีการให้ของแถมและส่วนลดแก่สินค้า	119 (46.30)	92 (35.80)	46 (17.90)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.28 (มาก)
2. มีพนักงานขายแนะนำสินค้าที่มีความเป็น กันเองและตอบคำถามของลูกค้าได้อย่าง ถูกต้อง พร้อมทั้งติดตามลูกค้าอย่าง สม่ำเสมอ	144 (56.03)	96 (37.35)	17 (6.61)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.49 (มาก)
3. มีการบริการหลังการขาย	143 (55.64)	111 (43.19)	3 (1.17)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.54 (มากที่สุด)
4. มีการจัด Promotion และมีเอกสาร แนะนำสินค้า	126 (49.03)	123 (47.86)	8 (3.11)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.46 (มาก)
5. มีการออกงานแสดงสินค้าและแจ้งข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ให้กับฉันอย่าง สม่ำเสมอ	75 (29.18)	121 (47.08)	61 (23.74)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.05 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม						4.37 (มาก)

หมายเหตุการแปดผล : ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = มีความคาดหวังน้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = มีความคาดหวังน้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = มีความคาดหวังปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มีความคาดหวังมาก, ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มีความคาดหวังมากที่สุด

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคาดหวังต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในการเลือกซื้ออุปกรณ์การพิมพ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย = 4.37 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมากที่สุดเพียง 1 ข้อ ได้แก่ เรื่องมีการบริการหลังการขาย ค่าเฉลี่ย = 4.54 และมีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก 4 ข้อ ได้แก่ เรื่องมีพนักงานขายแนะนำสินค้าที่มีความเป็นกันเองและตอบคำถามของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง พร้อมทั้งติดตามผู้ตอบแบบสอบถามอย่างสม่ำเสมอ ค่าเฉลี่ย = 4.49 มีการจัด Promotion และมีเอกสารแนะนำสินค้า ค่าเฉลี่ย = 4.46 มีการให้ของแถมและส่วนลดแก่สินค้า ค่าเฉลี่ย = 4.28

และมีการออกงานแสดงสินค้าและแจ้งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ให้กับกันอย่างสม่ำเสมอ
ค่าเฉลี่ย = 4.05 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.20 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ได้รับรู้จริงต่อส่วนประสมทางการตลาดของ
ห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.84	มาก
2. ด้านราคา	3.67	มาก
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.69	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.79	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.75	มาก

หมายเหตุการแปลผล : ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = ได้รับรู้จริงน้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = ได้รับรู้จริงน้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 =
ได้รับรู้จริงปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = ได้รับรู้จริงมาก, ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = ได้รับรู้จริงมากที่สุด

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการรับรู้จริงต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย = 3.75 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้จริงต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในทุกด้านอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยมีการรับรู้จริงต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย = 3.84 เป็นอันดับแรก อันดับรองลงมา ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ค่าเฉลี่ย = 3.79 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ย = 3.69 และด้านราคา ค่าเฉลี่ย = 3.67 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.21 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยของการรับรู้ต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	
1. มีอุปกรณ์การพิมพ์ให้เลือกหลากหลาย แบรนด์และครบทุกรุ่นจำหน่าย	17 (6.61)	150 (58.37)	84 (32.68)	6 (2.33)	0 (0.00)	3.69 (มาก)
2. จำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับ สิ่งแวดล้อม	34 (13.23)	148 (57.59)	72 (28.02)	3 (1.17)	0 (0.00)	3.83 (มาก)
3. จำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐานและมี เอกสารรับรองคุณภาพอย่างดีเยี่ยม	49 (19.07)	155 (60.31)	53 (20.62)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.98 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม						3.84 (มาก)

หมายเหตุการแปลผล : ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = 'ได้รับรู้จริงน้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = 'ได้รับรู้จริงน้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = 'ได้รับรู้จริงปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = 'ได้รับรู้จริงมาก, ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = 'ได้รับรู้จริงมากที่สุด

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการรับรู้จริงต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย = 3.84 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้จริงต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในทุกข้ออยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยมีการรับรู้จริงในเรื่องการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐานและมีเอกสารรับรองคุณภาพอย่างดีเยี่ยม ค่าเฉลี่ย = 3.98 เป็นอันดับแรก อันดับรองลงมา ได้แก่ เรื่องการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ค่าเฉลี่ย = 3.83 และการมีอุปกรณ์การพิมพ์ให้เลือกหลากหลายแบรนด์และครบทุกรุ่นจำหน่าย ค่าเฉลี่ย = 3.69 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.22 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยของการรับรู้ต่อปัจจัยด้านราคาของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	
1. ตั้งราคาที่เป็นมาตรฐานเหมาะสมทั้ง คุณภาพและปริมาณอย่างดีเยี่ยม	41 (15.95)	160 (62.26)	56 (21.79)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.94 (มาก)
2. จำหน่ายสินค้าที่ราคาต่ำกว่าผู้จำหน่าย รายอื่น	29 (11.28)	83 (32.30)	117 (45.53)	28 (10.89)	0 (0.00)	3.44 (ปานกลาง)
3. ให้เงื่อนไขการชำระเงิน เช่น เงินสด, เครดิต ได้ตรงตามความต้องการ	19 (7.39)	132 (51.36)	98 (38.13)	8 (3.11)	0 (0.00)	3.63 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม						3.67 (มาก)

หมายเหตุการแปลผล : ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = ได้รับรู้จริงน้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = ได้รับรู้จริงน้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ได้รับรู้จริงปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = ได้รับรู้จริงมาก, ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = ได้รับรู้จริงมากที่สุด

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการรับรู้จริงต่อปัจจัยด้านราคาของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย = 3.67 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้จริงต่อปัจจัยด้านราคาอยู่ในระดับมาก 2 ข้อ ได้แก่ เรื่องการตั้งราคาที่เป็นมาตรฐานเหมาะสมทั้งคุณภาพและปริมาณอย่างดีเยี่ยม ค่าเฉลี่ย = 3.94 และการให้เงื่อนไขการชำระเงิน เช่น เงินสด, เครดิต ได้ตรงตามความต้องการ ค่าเฉลี่ย = 3.63 และมีการรับรู้จริงอยู่ในระดับปานกลางเพียงข้อเดียว คือ เรื่องการจำหน่ายสินค้าที่ราคาต่ำกว่าผู้จำหน่ายรายอื่น ค่าเฉลี่ย = 3.44

Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.23 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยของการรับรู้ต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	
1. มีสินค้าเพียงพอต่อความต้องการเมื่อมีการสั่งซื้อ	41 (15.95)	151 (58.75)	62 (24.12)	3 (1.17)	0 (0.00)	3.89 (มาก)
2. ส่งสินค้าที่มีสภาพสมบูรณ์ถูกต้องและตรงต่อเวลา	60 (23.35)	177 (68.87)	20 (7.78)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.16 (มาก)
3. สามารถติดต่อทางโทรศัพท์ได้สะดวกและรวดเร็ว	68 (26.46)	132 (51.36)	42 (16.34)	15 (5.84)	0 (0.00)	3.98 (มาก)
4. การกำหนดปริมาณการสั่งซื้อของเป็นที่ยอมรับมากที่สุด	27 (10.51)	131 (50.97)	93 (36.19)	6 (2.33)	0 (0.00)	3.70 (มาก)
5. สถานที่ตั้งห้างและสะดวกในการเดินทาง	7 (2.72)	69 (26.85)	153 (59.53)	28 (10.89)	0 (0.00)	3.21 (ปานกลาง)
6. มีสถานที่จอดรถที่สะดวกและเพียงพอ	11 (4.28)	69 (26.85)	142 (55.25)	29 (11.28)	6 (2.33)	3.19 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม						3.69 (มาก)

หมายเหตุการแปลผล : ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = ได้รับรู้จริงน้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = ได้รับรู้จริงน้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ได้รับรู้จริงปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = ได้รับรู้จริงมาก, ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = ได้รับรู้จริงมากที่สุด

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการรับรู้จริงต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย = 3.69 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้จริงต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก 4 ข้อ ได้แก่ เรื่องการส่งสินค้าที่มีสภาพสมบูรณ์ถูกต้องและตรงต่อเวลา ค่าเฉลี่ย = 4.16 สามารถติดต่อทางโทรศัพท์ได้สะดวกและรวดเร็ว ค่าเฉลี่ย = 3.98 มีสินค้าเพียงพอต่อความต้องการเมื่อมีการสั่งซื้อ ค่าเฉลี่ย = 3.89 และการกำหนดปริมาณการสั่งซื้อของเป็นที่ยอมรับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย = 3.70 และมีการรับรู้จริงอยู่ในระดับปานกลาง 2 ข้อ ได้แก่ เรื่องของสถานที่ตั้งห้างและสะดวกในการเดินทาง ค่าเฉลี่ย = 3.21 และมีสถานที่จอดรถที่สะดวกและเพียงพอ ค่าเฉลี่ย = 3.19 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.24 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยของการรับรู้ต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	
1. มีการให้ของแถมและส่วนลดแก่สินค้า	35 (13.62)	132 (51.36)	85 (33.07)	4 (1.56)	1 (0.39)	3.76
2. มีพนักงานขายแนะนำสินค้าที่มีความเป็น กันเองและตอบคำถามของลูกค้าได้อย่าง ถูกต้อง พร้อมทั้งติดตามลูกค้าอย่าง สม่ำเสมอ	47 (18.29)	141 (54.86)	69 (26.85)	0 (0.00)	0 (0.00)	(มาก) 3.91
3. มีการบริการหลังการขาย	30 (11.67)	162 (63.04)	63 (24.51)	2 (0.78)	0 (0.00)	(มาก) 3.86
4. มีการจัด Promotion และมีเอกสาร แนะนำสินค้า	42 (16.34)	144 (56.03)	64 (24.90)	7 (2.72)	0 (0.00)	(มาก) 3.86
5. มีการออกงานแสดงสินค้าและแจ้งข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ให้กับฉันอย่าง สม่ำเสมอ	25 (9.73)	103 (40.08)	114 (44.36)	15 (5.84)	0 (0.00)	(มาก) 3.54
ค่าเฉลี่ยรวม						3.79 (มาก)

หมายเหตุการแปลผล : ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = ได้รับความรู้จริงน้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = ได้รับความรู้จริงน้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ได้รับความรู้จริงปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = ได้รับความรู้จริงมาก, ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = ได้รับความรู้จริงมากที่สุด

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการรับรู้จริงต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย = 3.79 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้จริงต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในทุกข้ออยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยมีการรับรู้จริงในเรื่องมีพนักงานขายแนะนำสินค้าที่มีความเป็นกันเองและตอบคำถามของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง พร้อมทั้งติดตามผู้ตอบแบบสอบถามอย่างสม่ำเสมอ ค่าเฉลี่ย = 3.91 เป็นอันดับแรก อันดับรองลงมา ได้แก่ มีการบริการหลังการขาย และมีการจัด Promotion และมีเอกสารแนะนำสินค้า ค่าเฉลี่ย = 3.86 มีการให้ของแถมและส่วนลดแก่สินค้า ค่าเฉลี่ย = 3.76 และมี

การออกงานแสดงสินค้าและแจ้งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ให้กับฉันอย่างสม่ำเสมอ ค่าเฉลี่ย = 3.54 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับความแตกต่างของความคาดหวังเมื่อเทียบกับสิ่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับจริงต่อส่วนประสมทางการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค

ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับความแตกต่างของความคาดหวังเมื่อเทียบกับสิ่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับจริงต่อส่วนประสมทางการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ด้วยการทดสอบแบบ t-test ซึ่งผลการวิเคราะห์แสดงผลดังตารางที่ 25 - 29



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.25 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยกับความแตกต่างของความคาดหวังเมื่อเทียบกับสิ่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับจริงต่อส่วนประสมทางการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ความคาดหวัง	ได้รับจริง	ค่าความแตกต่าง (P-E)	t-test	p-value
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)			
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.34 (มาก)	3.84 (มาก)	-0.50	12.041	0.000*
2. ด้านราคา	4.32 (มาก)	3.67 (มาก)	-0.65	16.174	0.000*
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.21 (มาก)	3.69 (มาก)	-0.52	20.488	0.000*
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.37 (มาก)	3.79 (มาก)	-0.58	19.635	0.000*
ค่าเฉลี่ยรวม	4.31 (มาก)	3.75 (มาก)	-0.56	22.457	0.000*

หมายเหตุการแปลผล : ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = ความคาดหวัง/ได้รับจริงในระดับน้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = ความคาดหวัง/ได้รับจริงในระดับน้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ความคาดหวัง/ได้รับจริงในระดับปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = ความคาดหวัง/ได้รับจริงในระดับมาก, ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = ความคาดหวัง/ได้รับจริงในระดับมากที่สุด ค่าความแตกต่าง (P-E) คือ ค่าที่เกิดจาก ค่าการรับรู้จริง (P) – ค่าความคาดหวัง (E) ค่าความแตกต่างของ P-E ที่ติดลบ หมายถึง ความคาดหวังสูงกว่าการรับรู้จริงจริง แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจค่าความแตกต่าง * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.25 เมื่อทำการทดสอบด้วยสถิติ t-test พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.56 ซึ่งมีค่าเป็นลบ แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยรวม ยังคงให้บริการได้ไม่เท่ากับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถาม หรือกล่าวได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยรวม ของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในทุกด้านแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้จริงถึงความแตกต่างในด้านราคา (-0.65) เป็นอันดับแรก อันดับ

รองลงมา ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด (-0.58) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (-0.52) และด้านผลิตภัณฑ์ (-0.50) ตามลำดับ ซึ่งค่าความแตกต่างในทุกด้านมีค่าเฉลี่ยเป็นลบ แสดงให้เห็นว่า ทุกด้านยังคงให้บริการได้ไม่เท่ากับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถาม หรือกล่าวได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค

ตารางที่ 4.26 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ความคาดหวัง	การรับรู้จริง	ค่าความแตกต่าง (P-E)	t-test	p-value
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)			
1. มีอุปกรณ์การพิมพ์ให้เลือกหลากหลายแบรนด์และครบทุกรุ่นจำหน่าย	4.21 (มาก)	3.69 (มาก)	-0.52	10.832	0.000*
2. จำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	4.33 (มาก)	3.83 (มาก)	-0.50	9.144	0.000*
3. จำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐานและมีเอกสารรับรองคุณภาพอย่างละเอียด	4.47 (มาก)	3.98 (มาก)	-0.49	10.399	0.000*
ค่าเฉลี่ยรวม	4.34 (มาก)	3.84 (มาก)	-0.50	12.041	0.000

หมายเหตุการแปลผล : ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = ความคาดหวัง/ ได้รับจริงในระดับน้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = ความคาดหวัง/ ได้รับจริงในระดับน้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ความคาดหวัง/ ได้รับจริง ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = ความคาดหวัง/ ได้รับจริงในระดับมาก, ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = ความคาดหวัง/ ได้รับจริงในระดับ มากที่สุด ค่าความแตกต่าง (P-E) คือ ค่าที่เกิดจาก ค่าการรับรู้จริง (P) – ค่าความคาดหวัง (E) ค่าความแตกต่างของ P-E ที่ติดลบ หมายถึง ความคาดหวังสูงกว่าการรับรู้จริงจริง แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจค่าความแตกต่าง * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.26 เมื่อทำการทดสอบด้วยสถิติ t-test พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.50 ซึ่งมีค่าเป็นลบ แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวม ยังคงให้บริการได้ไม่เท่ากับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถาม หรือกล่าวได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวม ของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในทุกข้อแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้จริงถึงความแตกต่างในเรื่องการมีอุปกรณ์การพิมพ์ให้เลือกหลากหลายแบรนด์และครบทุกรุ่นจำหน่าย (-0.52) เป็นอันดับแรก อันดับรองลงมา ได้แก่ เรื่องการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (-0.50) และการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐานและมีเอกสารรับรองคุณภาพอย่างละเอียด (-0.49) ตามลำดับ ซึ่งค่าความแตกต่างในทุกข้อมีค่าเฉลี่ยเป็นลบ แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ทุกข้อยังคงให้บริการได้ไม่เท่ากับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถาม หรือกล่าวได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ทุกข้อของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค

ตารางที่ 4.27 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยด้านราคาของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค

ปัจจัยด้านราคา	ความคาดหวัง	การรับรู้จริง	ค่าความแตกต่าง (P-E)	t-test	p-value
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)			
1. ตั้งราคาที่เป็นมาตรฐานเหมาะสมทั้งคุณภาพและปริมาณอย่างละเอียด	4.53 (มากที่สุด)	3.94 (มาก)	-0.58	15.741	0.000*
2. จำหน่ายสินค้าที่ราคาต่ำกว่าผู้จำหน่ายรายอื่น	4.26 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	-0.82	12.607	0.000*
3. ให้เงื่อนไขการชำระเงิน เช่น เงินสด, เครดิตได้ตรงตามความต้องการ	4.17 (มาก)	3.63 (มาก)	-0.54	10.839	0.000*
ค่าเฉลี่ยรวม	4.32 (มาก)	3.67 (มาก)	-0.65	16.174	0.000*

หมายเหตุการแปลผล : ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = ความคาดหวัง/ ได้รับจริงในระดับน้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = ความคาดหวัง/ ได้รับจริงในระดับน้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ความคาดหวัง/ได้รับจริง ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = คาดหวัง/รับรู้จริงในระดับมาก, ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = คาดหวัง/รับรู้จริงในระดับ มากที่สุด ค่าความแตกต่าง (P-E) คือ ค่าที่เกิดจาก ค่าการรับรู้จริง (P) – ค่าความคาดหวัง (E) ค่าความแตกต่างของ P-E ที่ติดลบ หมายถึง ความคาดหวังสูงกว่าการรับรู้จริงจริง แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจค่าความแตกต่าง * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.27 เมื่อทำการทดสอบด้วยสถิติ t-test พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวม มีค่าเฉลี่ย

เท่ากับ -0.65 ซึ่งมีค่าเป็นลบ แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยด้านราคา โดยรวม ยังคงให้บริการได้ไม่เท่ากับ ความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถาม หรือกล่าวได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อปัจจัยด้าน ราคา โดยรวม ของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยด้านราคาในทุกข้อแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05 โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้จริงถึงความแตกต่างในเรื่องการจำหน่ายสินค้าที่ราคา ต่ำกว่าผู้จำหน่ายรายอื่น (-0.82) เป็นอันดับแรก อันดับรองลงมา ได้แก่ การตั้งราคาที่เป็นมาตรฐาน เหมาะสมทั้งคุณภาพและปริมาณอย่างดีเยี่ยม (-0.58) และการให้เงื่อนไขการชำระเงิน เช่น เงินสด, เครดิต ได้ตรงตามความต้องการ (-0.54) ตามลำดับ ซึ่งค่าความแตกต่างในทุกข้อมีค่าเฉลี่ยเป็นลบ แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านราคาทุกข้อยังคงให้บริการได้ไม่เท่ากับ ความคาดหวังของผู้ตอบ แบบสอบถาม หรือกล่าวได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านราคาทุกข้อของห้าง หุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.28 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ความคาดหวัง	การรับรู้จริง	ค่าความแตกต่าง (P-E)	t-test	p-value
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)			
1. มีสินค้าเพียงพอต่อความต้องการเมื่อมีการสั่งซื้อ	4.48 (มาก)	3.89 (มาก)	-0.58	16.101	0.000*
2. ส่งสินค้าที่มีสภาพสมบูรณ์ถูกต้องและตรงต่อเวลา	4.63 (มากที่สุด)	4.16 (มาก)	-0.47	12.294	0.000*
3. สามารถติดต่อทางโทรศัพท์ได้สะดวกและรวดเร็ว	4.59 (มากที่สุด)	3.98 (มาก)	-0.61	9.595	0.000*
4. การกำหนดปริมาณการสั่งซื้อของเป็นที่ยอมรับมากที่สุด	4.29 (มาก)	3.70 (มาก)	-0.59	12.065	0.000*
5. สถานที่ตั้งหาง่ายและสะดวกในการเดินทาง	3.68 (มาก)	3.21 (ปานกลาง)	-0.47	14.974	0.000*
6. มีสถานที่จอดรถที่สะดวกและเพียงพอ	3.58 (มาก)	3.19 (ปานกลาง)	-0.39	11.420	0.000*
ค่าเฉลี่ยรวม	4.21 (มาก)	3.69 (มาก)	-0.52	20.488	0.000*

หมายเหตุการแปลผล : ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = ความคาดหวัง/ ได้รับจริงในระดับน้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = ความคาดหวัง/ ได้รับจริงในระดับน้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ความคาดหวัง/ได้รับจริง ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = ความคาดหวัง/ได้รับจริงในระดับมาก, ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = ความคาดหวัง/ได้รับจริงในระดับมากที่สุด ค่าความแตกต่าง (P-E) คือ ค่าที่เกิดจาก ค่าการรับรู้จริง (P) – ค่าความคาดหวัง (E) ค่าความแตกต่างของ P-E ที่ติดลบ หมายถึง ความคาดหวังสูงกว่าการรับรู้จริงจริง แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจค่าความแตกต่าง * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.28 เมื่อทำการทดสอบด้วยสถิติ t-test พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.52 ซึ่งมีค่าเป็นลบ แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวม ยังคงให้บริการได้ไม่เท่ากับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถาม หรือกล่าวได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวม ของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังและ

การรับรู้จริงต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในทุกข้อแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้จริงถึงความแตกต่างในเรื่องการสามารถติดต่อทางโทรศัพท์ที่ได้สะดวกและรวดเร็ว (-0.61) เป็นอันดับแรก อันดับรองลงมา ได้แก่ เรื่องการกำหนดปริมาณการสั่งซื้อของเป็นที่ยอมรับมากที่สุด (-0.59) มีสินค้าเพียงพอต่อความต้องการเมื่อมีการสั่งซื้อ (-0.58) การส่งสินค้าที่มีสภาพสมบูรณ์ถูกต้องและตรงต่อเวลา และสถานที่ตั้งหาง่ายและสะดวกในการเดินทาง (-0.47) และมีสถานที่จอดรถที่สะดวกและเพียงพอ (-0.39) ตามลำดับ ซึ่งค่าความแตกต่างในทุกข้อมีค่าเฉลี่ยเป็นลบ แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายทุกข้อยังคงให้บริการได้ไม่เท่ากับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถาม หรือกล่าวได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายทุกข้อของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.29 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ความคาดหวัง	การรับรู้จริง	ค่าความแตกต่าง (P-E)	t-test	p-value
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)			
1. มีการให้ของแถมและส่วนลดแก่สินค้า	4.28	3.76	-0.52	10.253	0.000*
	(มาก)	(มาก)			
2. มีพนักงานขายแนะนำสินค้าที่มีความเป็นกันเองและตอบคำถามของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง พร้อมทั้งติดตามผู้ตอบแบบสอบถามอย่างสม่ำเสมอ	4.49	3.91	-0.58	12.723	0.000*
	(มาก)	(มาก)			
3. มีการบริการหลังการขาย	4.54	3.86	-0.69	17.398	0.000*
	(มากที่สุด)	(มาก)			
4. มีการจัด Promotion และมีเอกสารแนะนำสินค้า	4.46	3.86	-0.60	15.092	0.000*
	(มาก)	(มาก)			
5. มีการออกงานแสดงสินค้าและแจ้งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ให้กับน้องๆ สม่ำเสมอ	4.05	3.54	-0.52	14.825	0.000*
	(มาก)	(มาก)			
ค่าเฉลี่ยรวม	4.37	3.79	-0.58	19.635	0.000*
	(มาก)	(มาก)			

หมายเหตุการแปลผล : ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = ความคาดหวัง/ ได้รับจริงในระดับน้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = ความคาดหวัง/ ได้รับจริงในระดับน้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ความคาดหวัง/ได้รับจริง ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = คาดหวัง/รับรู้จริงในระดับมาก, ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = คาดหวัง/รับรู้จริงในระดับ มากที่สุด ค่าความแตกต่าง (P-E) คือ ค่าที่เกิดจาก ค่าการรับรู้จริง (P) – ค่าความคาดหวัง (E) ค่าความแตกต่างของ P-E ที่ติดลบ หมายถึง ความคาดหวังสูงกว่าการรับรู้จริงจริง แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจค่าความแตกต่าง * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.29 เมื่อทำการทดสอบด้วยสถิติ t-test พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.58 ซึ่งมีค่าเป็นลบ แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวม ยังคงให้บริการได้ไม่เท่ากับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถาม หรือกล่าวได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวม ของห้างหุ้นส่วนจำกัด

วินเทอร์เทค เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในทุกข้อแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้จริงถึงความแตกต่างในเรื่องมีการบริการหลังการขาย (-0.69) เป็นอันดับแรก อันดับรองลงมา ได้แก่ เรื่องมีการจัด Promotion และมีเอกสารแนะนำสินค้า (-0.60) มีพนักงานขายแนะนำสินค้าที่มีความเป็นกันเองและตอบคำถามของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง พร้อมทั้งติดตามผู้ตอบแบบสอบถามอย่างสม่ำเสมอ (-0.58) มีการออกงานแสดงสินค้าและแจ้งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ให้กับฉันอย่างสม่ำเสมอ และมีการให้ของแถมและส่วนลดแก่สินค้า (-0.52) ตามลำดับ ซึ่งค่าความแตกต่างในทุกข้อมีค่าเฉลี่ยเป็นลบ แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดทุกข้อยังคงให้บริการได้ไม่เท่ากับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถาม หรือกล่าวได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อบริการย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดทุกข้อของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเทอร์เทค

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อส่วนประสมทางการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเทอร์เทค จำแนกตามรูปแบบของธุรกิจ และผลประกอบการในการดำเนินธุรกิจ ต่อ ปี

ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อส่วนประสมทางการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเทอร์เทค เทค จำแนกตามรูปแบบของธุรกิจ และผลประกอบการในการดำเนินธุรกิจ ต่อ ปี ด้วยการทดสอบแบบ t-test ซึ่งผลการวิเคราะห์แสดงผลดังตารางที่ 30 – 39

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.30 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค จำแนกตามรูปแบบของธุรกิจ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	รูปแบบของธุรกิจ	N	ความคาดหวัง	การรับรู้จริง	ค่าความแตกต่าง (P-E)	t-test	p-value
			ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย			
1. ด้านผลิตภัณฑ์	เจ้าของคนเดียว/ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลและสามัญ	70	4.43	3.89	-0.54	4.653	0.000
	บริษัทจำกัด/บริษัทจำกัดมหาชน	187	4.09	3.69	-0.40	11.428	0.000
2. ด้านราคา	เจ้าของคนเดียว/ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลและสามัญ	70	4.32	3.69	-0.62	8.797	0.000
	บริษัทจำกัด/บริษัทจำกัดมหาชน	187	4.32	3.61	-0.71	13.573	0.000
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	เจ้าของคนเดียว/ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลและสามัญ	70	4.25	3.72	-0.54	11.189	0.000
	บริษัทจำกัด/บริษัทจำกัดมหาชน	187	4.08	3.62	-0.46	17.363	0.000
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	เจ้าของคนเดียว/ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลและสามัญ	70	4.40	3.80	-0.60	9.830	0.000
	บริษัทจำกัด/บริษัทจำกัดมหาชน	187	4.29	3.75	-0.54	16.983	0.000
รวม	เจ้าของคนเดียว/ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลและสามัญ	70	4.35	3.78	-0.57	11.660	0.000
	บริษัทจำกัด/บริษัทจำกัดมหาชน	187	4.20	3.67	-0.53	19.189	0.000

หมายเหตุผล : ค่าความแตกต่าง (P-E) คือ ค่าที่เกิดจาก ค่าการรับรู้จริง (P) – ค่าความคาดหวัง (E)

ค่าความแตกต่างของ P-E ที่ติดลบ หมายถึง ความคาดหวังสูงกว่าการรับรู้จริง แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจค่าความแตกต่าง

N คือ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม

* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มธุรกิจที่มีความคาดหวังต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยรวมเป็นอันดับแรก คือ ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มเจ้าของคนเดียว/ห้าง

หุ้นส่วนนิติบุคคลและสามัญในระดับมาก ค่าเฉลี่ย = 4.35 อันดับรองลงมาคือ ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มบริษัทจำกัด/บริษัทจำกัดมหาชนในระดับมาก ค่าเฉลี่ย = 4.20 ตามลำดับ ส่วนการรับรู้จริง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มธุรกิจที่มีการรับรู้จริงต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยรวมเป็นอันดับแรก คือ ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มเจ้าของคนเดียว/ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลและสามัญ ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย = 3.78 รองลงมาคือ ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มบริษัทจำกัด/บริษัทจำกัดมหาชน ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย = 3.67 ตามลำดับ

เมื่อทำการทดสอบด้วยสถิติ t-test พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มเจ้าของคนเดียว/ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลและสามัญ และกลุ่มบริษัทจำกัด/บริษัทจำกัดมหาชน มีความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนระดับความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยรวม ที่ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มธุรกิจมีการรับรู้จริงถึงความแตกต่างเป็นอันดับแรก คือ ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มเจ้าของคนเดียว/ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลและสามัญ (-0.57) อันดับรองลงมาคือ ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มบริษัทจำกัด/บริษัทจำกัดมหาชน (-0.53) ตามลำดับ ซึ่งค่าความแตกต่างทั้ง 2 กลุ่มธุรกิจมีค่าเฉลี่ยเป็นลบ แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยรวมยังคงให้บริการได้ไม่เท่ากับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 2 กลุ่มธุรกิจ หรือกล่าวได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 2 กลุ่มธุรกิจไม่พึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยรวมของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด จำแนกตามกลุ่มธุรกิจ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มเจ้าของคนเดียว/ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลและสามัญ มีความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดทุกด้านแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนระดับความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มเจ้าของคนเดียว/ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลและสามัญ มีการรับรู้จริงถึงความแตกต่างเป็นอันดับแรก คือ ปัจจัยด้านราคา (-0.62) อันดับรองลงมาคือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (-0.60) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (-0.54) ตามลำดับ ซึ่งค่าความแตกต่างในทุกด้านมีค่าเฉลี่ยเป็นลบ แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดทุกด้านยังคงให้บริการได้ไม่เท่ากับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มเจ้าของคนเดียว/ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลและสามัญ หรือกล่าวได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มเจ้าของคนเดียว/ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลและสามัญ ไม่พึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มบริษัทจำกัด/บริษัทจำกัดมหาชน มีความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดทุกด้านแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนระดับความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มบริษัทจำกัด/บริษัทจำกัดมหาชน มีการรับรู้จริงถึงความแตกต่างเป็นอันดับแรกคือ ปัจจัยด้านราคา (-0.71) อันดับรองลงมาคือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (-0.54) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (-0.46) และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (-0.40) ตามลำดับ ซึ่งค่าความแตกต่างในทุกด้านมีค่าเฉลี่ยเป็นลบ แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดทุกด้านยังคงให้บริการได้ไม่เท่ากับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มบริษัทจำกัด/บริษัทจำกัดมหาชน หรือกล่าวได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มบริษัทจำกัด/บริษัทจำกัดมหาชน ไม่พึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค

ตารางที่ 4.31 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค จำแนกตามรูปแบบของธุรกิจ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รูปแบบของธุรกิจ	N	ความคาดหวัง	การรับรู้จริง	ค่าความแตกต่าง (P-E)	t-test	p-value
			ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย			
1. มีอุปกรณ์การพิมพ์ให้เลือกหลากหลายแบรนด์และครบทุกรุ่นจำหน่าย	เจ้าของคนเดียว/ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลและสามัญ	70	4.31	3.79	-0.52	5.394	0.000*
	บริษัทจำกัด/บริษัทจำกัดมหาชน	187	3.94	3.44	-0.50	9.377	0.000*
2. จำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	เจ้าของคนเดียว/ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลและสามัญ	70	4.41	3.88	-0.53	3.572	0.001*
	บริษัทจำกัด/บริษัทจำกัดมหาชน	187	4.11	3.70	-0.41	8.663	0.000*
3. จำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐานและมีเอกสารรับรองคุณภาพอย่างดีเยี่ยม	เจ้าของคนเดียว/ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลและสามัญ	70	4.58	4.01	-0.57	2.858	0.006*
	บริษัทจำกัด/บริษัทจำกัดมหาชน	187	4.20	3.91	-0.29	10.909	0.000*

ตารางที่ 4.31 (ต่อ) ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค จำแนกตามรูปแบบของธุรกิจ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รูปแบบของธุรกิจ	N	ความคาดหวัง	การรับรู้จริง	ค่าความแตกต่าง (P-E)	t-test	p-value
			ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย			
รวม	เจ้าของคนเดียว/ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลและสามัญ	70	4.43	3.89	-0.54	4.653	0.000*
	บริษัทจำกัด/บริษัทจำกัดมหาชน	187	4.09	3.69	-0.40	11.428	0.000*

หมายเหตุผล : ค่าความแตกต่าง (P-E) คือ ค่าที่เกิดจาก ค่าการรับรู้จริง (P) – ค่าความคาดหวัง (E)

ค่าความแตกต่างของ P-E ที่ติดลบ หมายถึง ความคาดหวังสูงกว่าการรับรู้จริง แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจค่าความแตกต่าง

N คือ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม

* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มธุรกิจที่มีความคาดหวังต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมเป็นอันดับแรก คือ ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มเจ้าของคนเดียว/ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลและสามัญในระดับมาก ค่าเฉลี่ย = 4.43 อันดับรองลงมาคือ ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มบริษัทจำกัด/บริษัทจำกัดมหาชนในระดับมาก ค่าเฉลี่ย = 4.09 ตามลำดับ ส่วนการรับรู้จริง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มธุรกิจที่มีการรับรู้จริงต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมเป็นอันดับแรก คือ ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มเจ้าของคนเดียว/ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลและสามัญในระดับมาก ค่าเฉลี่ย = 3.89 รองลงมาคือ ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มบริษัทจำกัด/บริษัทจำกัดมหาชนในระดับมาก ค่าเฉลี่ย = 3.69 ตามลำดับ

เมื่อทำการทดสอบด้วยสถิติ t-test พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มเจ้าของคนเดียว/ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลและสามัญ และกลุ่มบริษัทจำกัด/บริษัทจำกัดมหาชน มีความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนระดับความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวม ที่ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มธุรกิจมีการรับรู้จริงถึงความแตกต่างเป็นอันดับแรก คือ ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มเจ้าของคนเดียว/ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลและสามัญ (-0.54) อันดับรองลงมาคือ ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มบริษัทจำกัด/บริษัทจำกัดมหาชน (-0.40) ตามลำดับ ซึ่งค่าความแตกต่างทั้ง 2 กลุ่มธุรกิจมีค่าเฉลี่ยเป็นลบ แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมยังคงให้บริการได้ไม่เท่ากับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 2 กลุ่มธุรกิจ

หรือกล่าวได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 2 กลุ่มธุรกิจไม่พึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามกลุ่มธุรกิจพบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มเจ้าของคนเดียว/ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลและสามัญ มีความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ทุกเรื่องแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนระดับความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มเจ้าของคนเดียว/ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลและสามัญ มีการรับรู้จริงถึงความแตกต่างเป็นอันดับแรก คือ เรื่องการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐานและมีเอกสารรับรองคุณภาพอย่างดีเยี่ยม (-0.57) อันดับรองลงมาคือ การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (-0.53) และการมีอุปกรณ์การพิมพ์ให้เลือกหลากหลายแบรนด์และครบทุกรุ่นจำหน่าย (-0.52) ตามลำดับ ซึ่งค่าความแตกต่างในทุกเรื่องมีค่าเฉลี่ยเป็นลบ แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ทุกเรื่องยังคงให้บริการได้ไม่เท่ากับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มเจ้าของคนเดียว/ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลและสามัญ หรือกล่าวได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มเจ้าของคนเดียว/ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลและสามัญ ไม่พึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ทุกเรื่องของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มบริษัทจำกัด/บริษัทจำกัดมหาชน มีความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ทุกเรื่องแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนระดับความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มบริษัทจำกัด/บริษัทจำกัดมหาชน มีการรับรู้จริงถึงความแตกต่างเป็นอันดับแรก คือ เรื่องการมีอุปกรณ์การพิมพ์ให้เลือกหลากหลายแบรนด์และครบทุกรุ่นจำหน่าย (-0.50) อันดับรองลงมาคือ การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (-0.41) และการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐานและมีเอกสารรับรองคุณภาพอย่างดีเยี่ยม (-0.29) ตามลำดับ ซึ่งค่าความแตกต่างในทุกเรื่องมีค่าเฉลี่ยเป็นลบ แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ทุกเรื่องยังคงให้บริการได้ไม่เท่ากับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มบริษัทจำกัด/บริษัทจำกัดมหาชน หรือกล่าวได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มบริษัทจำกัด/บริษัทจำกัดมหาชน ไม่พึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ทุกเรื่องของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค

ตารางที่ 4.32 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยด้านราคาของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค จำแนกตามรูปแบบของธุรกิจ

ปัจจัยด้านราคา	รูปแบบของธุรกิจ	N	ความคาดหวัง	การรับรู้จริง	ค่าความแตกต่าง (P-E)	t-test	p-value
			ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย			
1. ตั้งราคาที่เป็นมาตรฐานเหมาะสม ทั้งคุณภาพและปริมาณอย่างดีเยี่ยม	เจ้าของคนเดียว/ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลและสามัญ	70	4.53	3.96	-0.58	8.733	0.000*
	บริษัทจำกัด/บริษัทจำกัดมหาชน	187	4.50	3.90	-0.60	13.098	0.000*
2. จำหน่ายสินค้าที่ราคาต่ำกว่าผู้จำหน่ายรายอื่น	เจ้าของคนเดียว/ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลและสามัญ	70	4.21	3.45	-0.75	7.911	0.000*
	บริษัทจำกัด/บริษัทจำกัดมหาชน	187	4.39	3.40	-0.99	9.976	0.000*
3. ให้เงื่อนไขการชำระเงิน เช่น เงินสด, เครดิต ได้ตรงตามความต้องการ	เจ้าของคนเดียว/ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลและสามัญ	70	4.20	3.67	-0.53	5.208	0.000*
	บริษัทจำกัด/บริษัทจำกัดมหาชน	187	4.09	3.53	-0.56	9.574	0.000*
รวม	เจ้าของคนเดียว/ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลและสามัญ	70	4.32	3.69	-0.63	8.797	0.000*
	บริษัทจำกัด/บริษัทจำกัดมหาชน	187	4.32	3.61	-0.71	13.573	0.000*

หมายเหตุผล : ค่าความแตกต่าง (P-E) คือ ค่าที่เกิดจาก ค่าการรับรู้จริง (P) – ค่าความคาดหวัง (E)

ค่าความแตกต่างของ P-E ที่ติดลบ หมายถึง ความคาดหวังสูงกว่าการรับรู้จริงจริง แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจค่าความแตกต่าง

N คือ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม

* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.32 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มเจ้าของคนเดียว/ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลและสามัญ และผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มบริษัทจำกัด/บริษัทจำกัดมหาชนมีความคาดหวังต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมเท่ากันในระดับมาก ค่าเฉลี่ย = 4.32 ส่วนการรับรู้จริง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มธุรกิจที่มีการรับรู้จริงต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมเป็นอันดับแรก คือ ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มเจ้าของ

คนเดียว/ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลและสามัญ ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย = 3.69 รองลงมาคือ ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มบริษัทจำกัด/บริษัทจำกัดมหาชนในระดับมาก ค่าเฉลี่ย = 3.61 ตามลำดับ

เมื่อทำการทดสอบด้วยสถิติ t-test พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มเจ้าของคนเดียว/ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลและสามัญ และกลุ่มบริษัทจำกัด/บริษัทจำกัดมหาชน มีความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนระดับความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวม ที่ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มธุรกิจมีการรับรู้จริงถึงความแตกต่างเป็นอันดับแรก คือ ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มบริษัทจำกัด/บริษัทจำกัดมหาชน (-0.71) อันดับรองลงมาคือ ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มเจ้าของคนเดียว/ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลและสามัญ (-0.63) ตามลำดับ ซึ่งค่าความแตกต่างทั้ง 2 กลุ่มธุรกิจมีค่าเฉลี่ยเป็นลบ แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยด้านราคา โดยรวมยังคงให้บริการได้ไม่เท่ากับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 2 กลุ่มธุรกิจ หรือกล่าวได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 2 กลุ่มธุรกิจ ไม่พึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านราคา จำแนกตามกลุ่มธุรกิจ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มเจ้าของคนเดียว/ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลและสามัญ มีความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยย่อยด้านราคาทุกเรื่องแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนระดับความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยย่อยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มเจ้าของคนเดียว/ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลและสามัญ มีการรับรู้จริงถึงความแตกต่างเป็นอันดับแรก คือ เรื่องการจำหน่ายสินค้าที่ราคาต่ำกว่าผู้จำหน่ายรายอื่น (-0.75) อันดับรองลงมาคือ การตั้งราคาที่เป็นมาตรฐานเหมาะสมทั้งคุณภาพและปริมาณอย่างดีเยี่ยม (-0.58) และการให้เงื่อนไขการชำระเงิน เช่น เงินสด, เครดิต ได้ตรงตามความต้องการ (-0.53) ตามลำดับ ซึ่งค่าความแตกต่างในทุกเรื่องมีค่าเฉลี่ยเป็นลบ แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านราคาทุกเรื่องยังคงให้บริการได้ไม่เท่ากับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มเจ้าของคนเดียว/ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลและสามัญ หรือกล่าวได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มเจ้าของคนเดียว/ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลและสามัญ ไม่พึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านราคาทุกเรื่องของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มบริษัทจำกัด/บริษัทจำกัดมหาชน มีความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยย่อยด้านราคาทุกเรื่องแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนระดับความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มบริษัทจำกัด/บริษัทจำกัดมหาชน มีการรับรู้จริงถึงความแตกต่างเป็นอันดับแรก คือ เรื่องการจำหน่ายสินค้าที่ราคาต่ำกว่าผู้จำหน่ายรายอื่น (-0.99) อันดับรองลงมาคือ การตั้งราคาที่เป็นมาตรฐานเหมาะสมทั้งคุณภาพและปริมาณอย่างดีเยี่ยม (-0.60) และการให้เงื่อนไขการชำระเงิน เช่น เงินสด, เครดิต ได้ตรงตามความต้องการ (-0.56) ตามลำดับ ซึ่งค่าความแตกต่างในทุกเรื่องมีค่าเฉลี่ยเป็นลบ แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านราคาทุกเรื่องยังคงให้บริการได้ไม่เท่ากับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มบริษัทจำกัด/

บริษัทจำกัดมหาชน หรือกล่าวได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มบริษัทจำกัด/บริษัทจำกัดมหาชน ไม่พึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านราคาทุกเรื่องของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค

ตารางที่ 4.33 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค จำแนกตามรูปแบบของธุรกิจ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	รูปแบบของธุรกิจ	N	ความ	การรับรู้	ค่าความแตกต่าง (P-E)	t-test	p-value
			คาดหวัง	จริง			
			ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย			
1. มีสินค้าเพียงพอต่อความต้องการเมื่อมีการสั่งซื้อ	เจ้าของคนเดียว/ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลและสามัญ	70	4.52	3.94	-0.58	9.877	0.000*
	บริษัทจำกัด/บริษัทจำกัดมหาชน	187	4.36	3.77	-0.59	13.043	0.000*
2. ส่งสินค้าที่มีสภาพสมบูรณ์ถูกต้องและตรงต่อเวลา	เจ้าของคนเดียว/ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลและสามัญ	70	4.66	4.18	-0.48	6.038	0.000*
	บริษัทจำกัด/บริษัทจำกัดมหาชน	187	4.56	4.09	-0.47	10.714	0.000*
3. สามารถติดต่อทางโทรศัพท์ที่ได้สะดวกและรวดเร็ว	เจ้าของคนเดียว/ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลและสามัญ	70	4.66	4.01	-0.65	4.171	0.000*
	บริษัทจำกัด/บริษัทจำกัดมหาชน	187	4.41	3.93	-0.49	8.682	0.000*
4. การกำหนดปริมาณการสั่งซื้อของเป็นที่ยอมรับมากที่สุด	เจ้าของคนเดียว/ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลและสามัญ	70	4.35	3.72	-0.63	5.241	0.000*
	บริษัทจำกัด/บริษัทจำกัดมหาชน	187	4.13	3.64	-0.49	10.948	0.000*
5. สถานที่ตั้งห้างและสะดวกในการเดินทาง	เจ้าของคนเดียว/ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลและสามัญ	70	3.73	3.23	-0.50	6.582	0.000*
	บริษัทจำกัด/บริษัทจำกัดมหาชน	187	3.56	3.17	-0.39	13.565	0.000*

ตารางที่ 4.33 (ต่อ) ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค จำแนกตามรูปแบบของธุรกิจ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	รูปแบบของธุรกิจ	N	ความคาดหวัง	การรับรู้จริง	ค่าความแตกต่าง (P-E)	t-test	p-value
			ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย			
6. มีสถานที่จอดรถที่สะดวกและเพียงพอ	เจ้าของคนเดียว/ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลและสามัญ	70	3.61	3.22	-0.40	5.540	0.000*
	บริษัทจำกัด/บริษัทจำกัดมหาชน	187	3.49	3.13	-0.36	9.977	0.000*
รวม	เจ้าของคนเดียว/ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลและสามัญ	70	4.25	3.72	-0.54	11.189	0.000*
	บริษัทจำกัด/บริษัทจำกัดมหาชน	187	4.08	3.62	-0.46	17.363	0.000*

หมายเหตุผล : ค่าความแตกต่าง (P-E) คือ ค่าที่เกิดจาก ค่าการรับรู้จริง (P) – ค่าความคาดหวัง (E)

ค่าความแตกต่างของ P-E ที่ติดลบ หมายถึง ความคาดหวังสูงกว่าการรับรู้จริงจริง แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจค่าความแตกต่าง

N คือ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม

* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.33 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มธุรกิจที่มีความคาดหวังต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมเป็นอันดับแรก คือ ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มเจ้าของคนเดียว/ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลและสามัญอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย = 4.25 อันดับรองลงมาคือ ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มบริษัทจำกัด/บริษัทจำกัดมหาชน อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย = 4.08 ตามลำดับ ส่วนการรับรู้จริง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มธุรกิจที่มีการรับรู้จริงต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมเป็นอันดับแรก คือ ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มเจ้าของคนเดียว/ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลและสามัญ อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย = 3.72 รองลงมาคือ ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มบริษัทจำกัด/บริษัทจำกัดมหาชน (ค่าเฉลี่ย = 3.62) ตามลำดับ

เมื่อทำการทดสอบด้วยสถิติ t-test พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มเจ้าของคนเดียว/ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลและสามัญ และกลุ่มบริษัทจำกัด/บริษัทจำกัดมหาชน มีความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนระดับความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวม ที่ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มธุรกิจมีการรับรู้จริงถึงความแตกต่างเป็นอันดับแรก คือ ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่ม

เจ้าของคนเดียว/ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลและสามัญ (-0.54) อันดับรองลงมาคือ ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มบริษัทจำกัด/บริษัทจำกัดมหาชน (-0.46) ตามลำดับ ซึ่งค่าความแตกต่างทั้ง 2 กลุ่มธุรกิจมีค่าเฉลี่ยเป็นลบ แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมยังคงให้บริการได้ไม่เท่ากับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 2 กลุ่มธุรกิจ หรือกล่าวได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 2 กลุ่มธุรกิจไม่พึงพอใจต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามกลุ่มธุรกิจ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มเจ้าของคนเดียว/ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลและสามัญ มีความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายทุกเรื่องแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนระดับความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มเจ้าของคนเดียว/ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลและสามัญ มีการรับรู้จริงถึงความแตกต่างเป็นอันดับแรก คือ เรื่องสามารถติดต่อทางโทรศัพท์ได้สะดวกและรวดเร็ว (-0.65) อันดับรองลงมาคือ การกำหนดปริมาณการสั่งซื้อของเป็นที่ยอมรับมากที่สุด (-0.63) การมีสินค้าเพียงพอต่อความต้องการเมื่อมีการสั่งซื้อ (-0.58) สถานที่ตั้งหาง่ายและสะดวกในการเดินทาง (-0.50) การส่งสินค้าที่มีสภาพสมบูรณ์ถูกต้องและตรงต่อเวลา (-0.48) และมีสถานที่จอดรถที่สะดวกและเพียงพอ (-0.40) ตามลำดับ ซึ่งค่าความแตกต่างในทุกเรื่องมีค่าเฉลี่ยเป็นลบ แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายทุกเรื่องยังคงให้บริการได้ไม่เท่ากับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มเจ้าของคนเดียว/ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลและสามัญ หรือกล่าวได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มเจ้าของคนเดียว/ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลและสามัญไม่พึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายทุกเรื่องของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มบริษัทจำกัด/บริษัทจำกัดมหาชน มีความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายทุกเรื่องแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนระดับความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มบริษัทจำกัด/บริษัทจำกัดมหาชน มีการรับรู้จริงถึงความแตกต่างเป็นอันดับแรก คือ เรื่องการมีสินค้าเพียงพอต่อความต้องการเมื่อมีการสั่งซื้อ (-0.59) อันดับรองลงมาคือ สามารถติดต่อทางโทรศัพท์ได้สะดวกและรวดเร็ว และการกำหนดปริมาณการสั่งซื้อของเป็นที่ยอมรับมากที่สุด (-0.49) การส่งสินค้าที่มีสภาพสมบูรณ์ถูกต้องและตรงต่อเวลา (-0.47) สถานที่ตั้งหาง่ายและสะดวกในการเดินทาง (-0.39) และมีสถานที่จอดรถที่สะดวกและเพียงพอ (-0.36) ตามลำดับ ซึ่งค่าความแตกต่างในทุกเรื่องมีค่าเฉลี่ยเป็นลบ แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายทุกเรื่องยังคงให้บริการได้ไม่เท่ากับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มบริษัทจำกัด/บริษัทจำกัดมหาชน หรือกล่าวได้ว่า ผู้ตอบ

แบบสอบถามกลุ่มบริษัทจำกัด/บริษัทจำกัดมหาชนไม่พึงพอใจต่อบัณฑิตย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายทุกเรื่องของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค

ตารางที่ 4.34 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อบัณฑิตด้านการส่งเสริมการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค จำแนกตามรูปแบบของธุรกิจ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	รูปแบบของธุรกิจ	N	ความคาดหวัง	การรับรู้จริง	ค่าความแตกต่าง (P-E)	t-test	p-value
			ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย			
1. มีการให้ของแถมและส่วนลดแก่สินค้า	เจ้าของคนเดียว/ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลและสามัญ	70	4.24	3.76	-0.47	6.608	0.000*
	บริษัทจำกัด/บริษัทจำกัดมหาชน	187	4.41	3.76	-0.66	7.992	0.000*
2. มีพนักงานขายแนะนำสินค้าที่มีความเป็นกันเองและตอบคำถามของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง พร้อมทั้งติดตามผู้ตอบแบบสอบถามอย่างสม่ำเสมอ	เจ้าของคนเดียว/ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลและสามัญ	70	4.52	3.90	-0.63	5.342	0.000*
	บริษัทจำกัด/บริษัทจำกัดมหาชน	187	4.41	3.96	-0.46	11.681	0.000*
3. มีการบริการหลังการขาย	เจ้าของคนเดียว/ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลและสามัญ	70	4.57	3.84	-0.72	8.373	0.000*
	บริษัทจำกัด/บริษัทจำกัดมหาชน	187	4.49	3.89	-0.60	15.290	0.000*
4. มีการจัด Promotion และมีเอกสารแนะนำสินค้า	เจ้าของคนเดียว/ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลและสามัญ	70	4.50	3.91	-0.59	6.878	0.000*
	บริษัทจำกัด/บริษัทจำกัดมหาชน	187	4.34	3.71	-0.63	13.789	0.000*

ตารางที่ 4.34 (ต่อ) ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค จำแนกตามรูปแบบของธุรกิจ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	รูปแบบของธุรกิจ	N	ความคาดหวัง	การรับรู้จริง	ค่าความแตกต่าง (P-E)	t-test	p-value
			ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย			
5. มีการออกงานแสดงสินค้าและแจ้งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ	เจ้าของคนเดียว/ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลและสามัญ	70	4.16	3.58	-0.57	6.027	0.000*
	บริษัทจำกัด/บริษัทจำกัดมหาชน	187	3.79	3.41	-0.37	13.803	0.000*
รวม	เจ้าของคนเดียว/ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลและสามัญ	70	4.40	3.80	-0.60	9.830	0.000*
	บริษัทจำกัด/บริษัทจำกัดมหาชน	187	4.29	3.75	-0.54	16.983	0.000*

หมายเหตุผล : ค่าความแตกต่าง (P-E) คือ ค่าที่เกิดจาก ค่าการรับรู้จริง (P) – ค่าความคาดหวัง (E)

ค่าความแตกต่างของ P-E ที่ติดลบ หมายถึง ความคาดหวังสูงกว่าการรับรู้จริงจริง แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจค่าความแตกต่าง

N คือ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม

* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.34 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มธุรกิจที่มีความคาดหวังต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมเป็นอันดับแรก คือ ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มเจ้าของคนเดียว/ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลและสามัญอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย = 4.40 อันดับรองลงมาคือ ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มบริษัทจำกัด/บริษัทจำกัดมหาชนอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย = 4.29 ตามลำดับ ส่วนการรับรู้จริง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มธุรกิจที่มีการรับรู้จริงต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมเป็นอันดับแรก คือ ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มเจ้าของคนเดียว/ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลและสามัญ อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย = 3.80รองลงมาคือ ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มบริษัทจำกัด/บริษัทจำกัดมหาชน อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย = 3.75 ตามลำดับ

เมื่อทำการทดสอบด้วยสถิติ t-test พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มเจ้าของคนเดียว/ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลและสามัญ และกลุ่มบริษัทจำกัด/บริษัทจำกัดมหาชน มีความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนระดับความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวม ที่ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มธุรกิจมีการรับรู้จริงถึงความแตกต่างเป็นอันดับแรก คือ ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มเจ้าของคนเดียว/ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลและสามัญ (-0.60) อันดับรองลงมาคือ ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มบริษัทจำกัด/บริษัทจำกัดมหาชน (-0.54) ตามลำดับ ซึ่งค่าความแตกต่างทั้ง 2 กลุ่มธุรกิจมีค่าเฉลี่ยเป็นลบ แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมยังคงให้บริการได้ไม่เท่ากับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 2 กลุ่มธุรกิจ หรือกล่าวได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 2 กลุ่มธุรกิจไม่พึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามกลุ่มธุรกิจ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มเจ้าของคนเดียว/ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลและสามัญ มีความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดทุกเรื่องแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนระดับความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มเจ้าของคนเดียว/ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลและสามัญ มีการรับรู้จริงถึงความแตกต่างเป็นอันดับแรก คือ เรื่องมีการบริการหลังการขาย (-0.72) อันดับรองลงมาคือ มีพนักงานขายแนะนำสินค้าที่มีความเป็นกันเองและตอบคำถามของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง พร้อมทั้งติดตามผู้ตอบแบบสอบถามอย่างสม่ำเสมอ (-0.63) มีการจัด Promotion และมีเอกสารแนะนำสินค้า (-0.59) มีการออกงานแสดงสินค้าและแจ้งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ให้กับฉันอย่างสม่ำเสมอ (-0.57) และมีการให้ของแถมและส่วนลดแก่สินค้า (-0.47) ตามลำดับ ซึ่งค่าความแตกต่างในทุกเรื่องมีค่าเฉลี่ยเป็นลบ แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดทุกเรื่องยังคงให้บริการได้ไม่เท่ากับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มเจ้าของคนเดียว/ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลและสามัญ หรือกล่าวได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มเจ้าของคนเดียว/ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลและสามัญไม่พึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดทุกเรื่องของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มบริษัทจำกัด/บริษัทจำกัดมหาชน มีความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดทุกเรื่องแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนระดับความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มบริษัทจำกัด/บริษัทจำกัดมหาชน มีการรับรู้จริงถึงความแตกต่างเป็นอันดับแรก คือ เรื่องมีการให้ของแถมและส่วนลดแก่สินค้า (-0.66) อันดับรองลงมาคือ มีการจัด Promotion และมีเอกสารแนะนำสินค้า (-0.63) มีการบริการหลังการขาย (-0.60) มีพนักงานขายแนะนำสินค้าที่มีความเป็นกันเองและตอบคำถามของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง พร้อมทั้งติดตามผู้ตอบแบบสอบถามอย่างสม่ำเสมอ (-0.46) และมีการออกงานแสดงสินค้าและแจ้งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ให้กับฉันอย่างสม่ำเสมอ (-0.37) ตามลำดับ ซึ่งค่าความแตกต่างในทุกเรื่องมีค่าเฉลี่ยเป็นลบ แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดทุกเรื่องยังคงให้บริการได้ไม่เท่ากับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มบริษัทจำกัด/

บริษัทจำกัดมหาชน หรือกล่าวได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มบริษัทจำกัด/บริษัทจำกัดมหาชน ไม่เพียงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดทุกเรื่องของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค

ตารางที่ 4.35 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค จำแนกตามผลประกอบการในการดำเนินธุรกิจต่อปี

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ผลประกอบการในการดำเนินธุรกิจต่อปี	N	ความคาดหวัง	การรับรู้จริง	ค่าความแตกต่าง (P-E)	t-test	p-value
			ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย			
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ไม่เกิน 5,000,000 บาท	28	4.29	3.88	-0.40	3.117	0.004*
	5,000,001 - 10,000,000 บาท	50	4.39	4.06	-0.33	3.688	0.001*
	10,000,001 - 15,000,000 บาท	46	4.23	3.78	-0.45	4.289	0.000*
	15,000,001 - 20,000,000 บาท	79	4.25	3.76	-0.49	6.201	0.000*
	20,000,001 บาทขึ้นไป	54	4.54	3.75	-0.79	10.546	0.000*
2. ด้านราคา	ไม่เกิน 5,000,000 บาท	28	4.14	3.77	-0.37	3.785	0.001*
	5,000,001 - 10,000,000 บาท	50	4.23	3.89	-0.35	4.701	0.000*
	10,000,001 - 15,000,000 บาท	46	4.33	3.64	-0.69	8.926	0.000*
	15,000,001 - 20,000,000 บาท	79	4.32	3.56	-0.76	9.198	0.000*
	20,000,001 บาทขึ้นไป	54	4.47	3.60	-0.86	10.424	0.000*
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ไม่เกิน 5,000,000 บาท	28	4.07	3.64	-0.43	6.379	0.000*
	5,000,001 - 10,000,000 บาท	50	4.30	3.86	-0.44	6.837	0.000*
	10,000,001 - 15,000,000 บาท	46	4.13	3.50	-0.63	8.750	0.000*
	15,000,001 - 20,000,000 บาท	79	4.21	3.72	-0.49	12.498	0.000*
	20,000,001 บาทขึ้นไป	54	4.27	3.67	-0.60	11.831	0.000*
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ไม่เกิน 5,000,000 บาท	28	4.46	4.01	-0.45	5.205	0.000*
	5,000,001 - 10,000,000 บาท	50	4.28	3.90	-0.38	5.454	0.000*
	10,000,001 - 15,000,000 บาท	46	4.23	3.53	-0.70	9.483	0.000*
	15,000,001 - 20,000,000 บาท	79	4.38	3.76	-0.62	13.336	0.000*
	20,000,001 บาทขึ้นไป	54	4.49	3.82	-0.67	10.582	0.000*

ตารางที่ 4.35 (ต่อ) ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค จำแนกตามผลประกอบการในการดำเนินธุรกิจต่อปี

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ผลประกอบการในการดำเนินธุรกิจต่อปี	N	ความคาดหวัง	การรับรู้จริง	ค่าความแตกต่าง (P-E)	t-test	p-value
			ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย			
รวม	ไม่เกิน 5,000,000 บาท	28	4.24	3.83	-0.41	5.593	0.000*
	5,000,001 - 10,000,000 บาท	50	4.30	3.93	-0.37	6.509	0.000*
	10,000,001 - 15,000,000 บาท	46	4.23	3.61	-0.62	9.744	0.000*
	15,000,001 - 20,000,000 บาท	79	4.29	3.70	-0.59	14.366	0.000*
	20,000,001 บาทขึ้นไป	54	4.44	3.71	-0.73	15.533	0.000*

หมายเหตุผล : ค่าความแตกต่าง (P-E) คือ ค่าที่เกิดจาก ค่าการรับรู้จริง (P) – ค่าความคาดหวัง (E)

ค่าความแตกต่างของ P-E ที่ติดลบ หมายถึง ความคาดหวังสูงกว่าการรับรู้จริง แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจค่าความแตกต่าง

N คือ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม

* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.35 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มผลประกอบการต่อปีที่มีความคาดหวังต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยรวมเป็นอันดับแรก คือ ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 20,000,001 บาทขึ้นไปอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย = 4.37 อันดับรองลงมาคือ ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 5,000,001 - 10,000,000 บาทอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย = 4.30 ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 15,000,001 - 20,000,000 บาทอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย = 4.29 ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปีไม่เกิน 5,000,000 บาท อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย = 4.24 และผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 10,000,001 - 15,000,000 บาท อยู่ในระดับมากค่าเฉลี่ย = 4.23ตามลำดับ ส่วนการรับรู้จริง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มผลประกอบการต่อปีที่มีการรับรู้จริงต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยรวมเป็นอันดับแรก คือ ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 5,000,001 - 10,000,000 บาท อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย = 3.93 รองลงมาคือ ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปีไม่เกิน 5,000,000 บาท อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย = 3.83 ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 20,000,001 บาทขึ้นไปอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย = 3.71 ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 15,000,001 -

20,000,000 บาทอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย = 3.70 ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 10,000,001 - 15,000,000 บาทอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย = 3.61ตามลำดับ

เมื่อทำการทดสอบด้วยสถิติ t-test พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มผลประกอบการมีความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนระดับความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยรวม ที่กลุ่มผลประกอบการต่อปีมีการรับรู้จริงถึงความแตกต่างเป็นอันดับแรก คือ ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 20,000,001 บาทขึ้นไป (-0.73) อันดับรองลงมาคือ ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 10,000,001 - 15,000,000 บาท (-0.62) ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 15,000,001 - 20,000,000 บาท (-0.59) ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปีไม่เกิน 5,000,000 บาท (-0.41) และผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 5,000,001 - 10,000,000 บาท (-0.37) ตามลำดับ ซึ่งค่าความแตกต่างในทุกกลุ่มผลประกอบการมีค่าเฉลี่ยเป็นลบ แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยรวมยังคงให้บริการได้ไม่เท่ากับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มผลประกอบการ หรือกล่าวได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มผลประกอบการไม่พึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยรวมของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด จำแนกตามกลุ่มผลประกอบการต่อปี พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปีไม่เกิน 5,000,000 บาท มีความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดทุกด้านแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนระดับความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปีไม่เกิน 5,000,000 บาท มีการรับรู้จริงถึงความแตกต่างเป็นอันดับแรก คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (-0.45) อันดับรองลงมาคือ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (-0.43) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (0.40) และปัจจัยด้านราคา (-0.37) ตามลำดับ ซึ่งค่าความแตกต่างในทุกด้านมีค่าเฉลี่ยเป็นลบ แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดทุกด้านยังคงให้บริการได้ไม่เท่ากับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปีไม่เกิน 5,000,000 บาท หรือกล่าวได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปีไม่เกิน 5,000,000 บาท ไม่พึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 5,000,001 - 10,000,000 บาท มีความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดทุกด้านแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนระดับความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยย่อยของส่วน

ประสมทางการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 5,000,001 - 10,000,000 บาท มีการรับรู้จริงถึงความแตกต่างเป็นอันดับแรก คือ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (-0.44) อันดับรองลงมาคือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (-0.38) ปัจจัยด้านราคา (-0.35) และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (-0.33) ตามลำดับ ซึ่งค่าความแตกต่างในทุกด้านมีค่าเฉลี่ยเป็นลบ แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดทุกด้านยังคงให้บริการได้ไม่เท่ากับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 5,000,001 - 10,000,000 บาท หรือกล่าวได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 5,000,001 - 10,000,000 บาท ไม่พึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 10,000,001 - 15,000,000 บาท มีความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดทุกด้านแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนระดับความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 10,000,001 - 15,000,000 บาท มีการรับรู้จริงถึงความแตกต่างเป็นอันดับแรก คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (-0.70) อันดับรองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา (-0.69) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (-0.63) และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (-0.45) ตามลำดับ ซึ่งค่าความแตกต่างในทุกด้านมีค่าเฉลี่ยเป็นลบ แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดทุกด้านยังคงให้บริการได้ไม่เท่ากับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 10,000,001 - 15,000,000 บาท หรือกล่าวได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 10,000,001 - 15,000,000 บาท ไม่พึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 15,000,001 - 20,000,000 บาท มีความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดทุกด้านแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนระดับความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 15,000,001 - 20,000,000 บาท มีการรับรู้จริงถึงความแตกต่างเป็นอันดับแรก คือ ปัจจัยด้านราคา (-0.76) อันดับรองลงมาคือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (-0.62) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (-0.57) ตามลำดับ ซึ่งค่าความแตกต่างในทุกด้านมีค่าเฉลี่ยเป็นลบ แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดทุกด้านยังคงให้บริการได้ไม่เท่ากับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 15,000,001 - 20,000,000 บาท หรือกล่าวได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 15,000,001 - 20,000,000 บาท ไม่พึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 20,000,001 บาทขึ้นไป มีความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดทุกด้านแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนระดับความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 20,000,001 บาทขึ้นไป มีการรับรู้จริงถึงความแตกต่างเป็นอันดับแรก คือ ปัจจัยด้านราคา (-0.86) อันดับรองลงมาคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (-0.79) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (-0.67) และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (-0.60) ตามลำดับ ซึ่งค่าความแตกต่างในทุกด้านมีค่าเฉลี่ยเป็นลบ แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดทุกด้านยังคงให้บริการได้ไม่เท่ากับ ความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 20,000,001 บาทขึ้นไป หรือไม่พอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค

ตารางที่ 4.36 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค จำแนกตามผลประกอบการในการดำเนินธุรกิจต่อปี

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ผลประกอบการในการดำเนินธุรกิจต่อปี	N	ความคาดหวัง	การรับรู้จริง	ค่าความแตกต่าง (P-E)	t-test	p-value
			ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย			
1. มีอุปกรณ์การพิมพ์ให้เลือกหลากหลายแบบ รวดเร็วและครบทุกรุ่นจำหน่าย	ไม่เกิน 5,000,000 บาท	28	4.11	3.75	-0.36	2.785	0.010*
	5,000,001 - 10,000,000 บาท	50	4.22	4.00	-0.22	2.037	0.047*
	10,000,001 - 15,000,000 บาท	46	4.09	3.61	-0.48	4.695	0.000*
	15,000,001 - 20,000,000 บาท	79	4.22	3.66	-0.56	6.344	0.000*
	20,000,001 บาทขึ้นไป	54	4.35	3.50	-0.85	8.490	0.000*
2. จำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	ไม่เกิน 5,000,000 บาท	28	4.43	3.89	-0.54	4.091	0.000*
	5,000,001 - 10,000,000 บาท	50	4.46	4.06	-0.40	4.221	0.000*
	10,000,001 - 15,000,000 บาท	46	4.22	3.76	-0.46	2.741	0.009*
	15,000,001 - 20,000,000 บาท	79	4.18	3.75	-0.43	3.841	0.000*
	20,000,001 บาทขึ้นไป	54	4.48	3.76	-0.72	7.753	0.000*

ตารางที่ 4.36 (ต่อ) ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค จำแนกตามผลประกอบการในการดำเนินธุรกิจต่อปี

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ผลประกอบการในการดำเนินธุรกิจต่อปี	N	ความคาดหวัง	การรับรู้จริง	ค่าความแตกต่าง (P-E)	t-test	p-value
			ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย			
3. จำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐานและมีเอกสารรับรองคุณภาพอย่างดีเยี่ยม	ไม่เกิน 5,000,000 บาท	28	4.32	4.00	-0.32	2.077	0.047*
	5,000,001 - 10,000,000 บาท	50	4.48	4.12	-0.36	3.174	0.003*
	10,000,001 - 15,000,000 บาท	46	4.39	3.98	-0.41	3.747	0.001*
	15,000,001 - 20,000,000 บาท	79	4.35	3.89	-0.47	5.563	0.000*
	20,000,001 บาทขึ้นไป	54	4.80	4.00	-0.80	9.350	0.000*
รวม	ไม่เกิน 5,000,000 บาท	28	4.29	3.88	-0.40	3.117	0.004*
	5,000,001 - 10,000,000 บาท	50	4.39	4.06	-0.33	3.688	0.001*
	10,000,001 - 15,000,000 บาท	46	4.23	3.78	-0.45	4.289	0.000*
	15,000,001 - 20,000,000 บาท	79	4.25	3.76	-0.49	6.201	0.000*
	20,000,001 บาทขึ้นไป	54	4.54	3.75	-0.79	10.546	0.000*

หมายเหตุผล : ค่าความแตกต่าง (P-E) คือ ค่าที่เกิดจาก ค่าการรับรู้จริง (P) – ค่าความคาดหวัง (E)

ค่าความแตกต่างของ P-E ที่ติดลบ หมายถึง ความคาดหวังสูงกว่าการรับรู้จริงจริง แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจค่าความแตกต่าง

N คือ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม

* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.36 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มผลประกอบการต่อปีที่มีความคาดหวังต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมเป็นอันดับแรก คือ ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 20,000,001 บาทขึ้นไปอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย = 4.54 อันดับรองลงมาคือ ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 5,000,001 - 10,000,000 บาทอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย = 4.39 ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปีไม่เกิน 5,000,000 บาท อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย = 4.29 ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 15,000,001 - 20,000,000 บาท อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย = 4.25 และผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 10,000,001 - 15,000,000 บาท อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย = 4.23 ตามลำดับ ส่วนการรับรู้จริง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มผลประกอบการต่อปีที่มีการรับรู้จริงต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ทุกด้านอันดับแรกคือ ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 5,000,001 - 10,000,000 บาท ค่าเฉลี่ย = 4.06 รองลงมาคือ ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปีไม่เกิน 5,000,000 บาท ค่าเฉลี่ย = 3.88

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 10,000,001 - 15,000,000 บาท ค่าเฉลี่ย = 3.78
ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 15,000,001 - 20,000,000 บาท ค่าเฉลี่ย = 3.76 และ
ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 20,000,001 บาทขึ้นไป ค่าเฉลี่ย = 3.75 ตามลำดับ

เมื่อทำการทดสอบด้วยสถิติ t-test พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มผลประกอบการมีความ
คาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่
ระดับ 0.05 ส่วนระดับความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวม ที่กลุ่มผล
ประกอบการต่อปีมีการรับรู้จริงถึงความแตกต่างเป็นอันดับแรก คือ ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผล
ประกอบการต่อปี 20,000,001 บาทขึ้นไป (-0.79) อันดับรองลงมาคือ ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผล
ประกอบการต่อปี 15,000,001 - 20,000,000 บาท (-0.49) ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการ
ต่อปี 10,000,001 - 15,000,000 บาท (-0.45) ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปีไม่เกิน
5,000,000 บาท (-0.40) และผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 5,000,001 -
10,000,000 บาท (-0.33) ตามลำดับ ซึ่งค่าความแตกต่างในทุกกลุ่มผลประกอบการ มีค่าเฉลี่ยเป็นลบ
แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมยังคงให้บริการได้ไม่เท่ากับความคาดหวังของผู้ตอบ
แบบสอบถามทุกกลุ่มผลประกอบการ หรือกล่าวได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มผลประกอบการ
ไม่พึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค เมื่อพิจารณาปัจจัย
ย่อยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามกลุ่มผลประกอบการต่อปี พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปีไม่เกิน 5,000,000 บาท มีความคาดหวังและ
การรับรู้จริงต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ทุกเรื่องแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
ส่วนระดับความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มี
ผลประกอบการต่อปีไม่เกิน 5,000,000 บาท มีการรับรู้จริงถึงความแตกต่างเป็นอันดับแรก คือ เรื่อง
การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (-0.54) อันดับรองลงมาคือ การมีอุปกรณ์การ
พิมพ์ให้เลือกหลากหลายแบรนด์และครบทุกรุ่นจำหน่าย (-0.36) และการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มี
มาตรฐานและมีเอกสารรับรองคุณภาพอย่างดีเยี่ยม (0.32) ตามลำดับ ซึ่งค่าความแตกต่างในทุกเรื่องมี
ค่าเฉลี่ยเป็นลบ แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ทุกเรื่องให้บริการได้น้อยกว่าความคาดหวัง
ของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปีไม่เกิน 5,000,000 บาท หรือกล่าวได้ว่า ผู้ตอบ
แบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปีไม่เกิน 5,000,000 บาท ไม่พึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้าน
ผลิตภัณฑ์ทุกเรื่องของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 5,000,001 - 10,000,000 บาท มีความ
คาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ทุกเรื่องแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่
ระดับ 0.05 ส่วนระดับความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบ

แบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 5,000,001 - 10,000,000 บาท มีการรับรู้จริงถึงความแตกต่างเป็นอันดับแรก คือ เรื่องการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (-0.40) อันดับรองลงมาคือ การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐานและมีเอกสารรับรองคุณภาพอย่างดีเยี่ยม (-0.36) และการมีอุปกรณ์การพิมพ์ให้เลือกหลากหลายแบรนด์และครบทุกรุ่นจำหน่าย (-0.22) ตามลำดับ ซึ่งค่าความแตกต่างในทุกเรื่องมีค่าเฉลี่ยเป็นลบ แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ทุกเรื่องให้บริการได้น้อยกว่าความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 5,000,001 - 10,000,000 บาท หรือกล่าวได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 5,000,001 - 10,000,000 บาท ไม่พึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ทุกเรื่องของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 10,000,001 - 15,000,000 บาท มีความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ทุกเรื่องแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนระดับความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 10,000,001 - 15,000,000 บาท มีการรับรู้จริงถึงความแตกต่างเป็นอันดับแรก คือ เรื่องการมีอุปกรณ์การพิมพ์ให้เลือกหลากหลายแบรนด์และครบทุกรุ่นจำหน่าย (-0.48) อันดับรองลงมาคือ การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (-0.46) และการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐานและมีเอกสารรับรองคุณภาพอย่างดีเยี่ยม (-0.41) ตามลำดับ ซึ่งค่าความแตกต่างในทุกเรื่องมีค่าเฉลี่ยเป็นลบ แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ทุกเรื่องยังคงให้บริการได้ไม่เท่ากับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 10,000,001 - 15,000,000 บาท หรือกล่าวได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 10,000,001 - 15,000,000 บาท ไม่พึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ทุกเรื่องของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 15,000,001 - 20,000,000 บาท มีความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ทุกเรื่องแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนระดับความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 15,000,001 - 20,000,000 บาท มีการรับรู้จริงถึงความแตกต่างเป็นอันดับแรก คือ เรื่องการมีอุปกรณ์การพิมพ์ให้เลือกหลากหลายแบรนด์และครบทุกรุ่นจำหน่าย (-0.56) อันดับรองลงมาคือ การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐานและมีเอกสารรับรองคุณภาพอย่างดีเยี่ยม (-0.47) และการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (-0.43) ตามลำดับ ซึ่งค่าความแตกต่างในทุกเรื่องมีค่าเฉลี่ยเป็นลบ แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ทุกเรื่องยังคงให้บริการได้ไม่เท่ากับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 15,000,001 - 20,000,000 บาท หรือกล่าวได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี

15,000,001 - 20,000,000 บาท ไม่พึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ทุกเรื่องของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 20,000,001 บาทขึ้นไป มีความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ทุกเรื่องแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนระดับความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 20,000,001 บาทขึ้นไป มีการรับรู้จริงถึงความแตกต่างเป็นอันดับแรก คือ เรื่องการมีอุปกรณ์การพิมพ์ให้เลือกหลากหลายแบรนด์และครบทุกรุ่นจำหน่าย (-0.85) อันดับรองลงมาคือการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐานและมีเอกสารรับรองคุณภาพอย่างดีเยี่ยม (-0.80) และการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (-0.72) ตามลำดับ ซึ่งค่าความแตกต่างในทุกเรื่องมีค่าเฉลี่ยเป็นลบ แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ทุกเรื่องยังคงให้บริการได้ไม่เท่ากับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 20,000,001 บาทขึ้นไป หรือกล่าวได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 20,000,001 บาทขึ้นไปไม่พึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ทุกเรื่องของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.37 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยด้านราคาของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค จำแนกตามผลประกอบการในการดำเนินธุรกิจต่อปี

ปัจจัยด้านราคา	ผลประกอบการในการดำเนินธุรกิจต่อปี	N	ความคาดหวัง	การรับรู้จริง	ค่าความแตกต่าง (P-E)	t-test	p-value
			ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย			
1. ตั้งราคาที่เป็นมาตรฐานเหมาะสมทั้งคุณภาพและปริมาณอย่างดีเยี่ยม	ไม่เกิน 5,000,000 บาท	28	4.36	3.89	-0.46	4.264	0.000*
	5,000,001 - 10,000,000 บาท	50	4.44	4.12	-0.32	4.106	0.000*
	10,000,001 - 15,000,000 บาท	46	4.46	3.80	-0.65	9.186	0.000*
	15,000,001 - 20,000,000 บาท	79	4.47	3.84	-0.63	8.240	0.000*
	20,000,001 บาทขึ้นไป	54	4.83	4.07	-0.76	10.906	0.000*
2. จำหน่ายสินค้าที่ราคาต่ำกว่าผู้จำหน่ายรายอื่น	ไม่เกิน 5,000,000 บาท	28	3.93	3.54	-0.39	2.819	0.009*
	5,000,001 - 10,000,000 บาท	50	4.12	3.66	-0.46	3.773	0.000*
	10,000,001 - 15,000,000 บาท	46	4.33	3.54	-0.78	5.260	0.000*
	15,000,001 - 20,000,000 บาท	79	4.43	3.35	-1.08	7.926	0.000*
	20,000,001 บาทขึ้นไป	54	4.24	3.22	-1.02	7.950	0.000*
3. ให้เงื่อนไขการชำระเงิน เช่น เงินสด, เครดิตได้ตรงตามความต้องการ	ไม่เกิน 5,000,000 บาท	28	4.14	3.89	-0.25	2.260	0.032*
	5,000,001 - 10,000,000 บาท	50	4.14	3.88	-0.26	2.768	0.008*
	10,000,001 - 15,000,000 บาท	46	4.20	3.57	-0.63	5.175	0.000*
	15,000,001 - 20,000,000 บาท	79	4.08	3.49	-0.58	6.151	0.000*
	20,000,001 บาทขึ้นไป	54	4.33	3.52	-0.81	7.250	0.000*
รวม	ไม่เกิน 5,000,000 บาท	28	4.14	3.77	-0.37	3.785	0.001*
	5,000,001 - 10,000,000 บาท	50	4.23	3.89	-0.35	4.701	0.000*
	10,000,001 - 15,000,000 บาท	46	4.33	3.64	-0.69	8.926	0.000*
	15,000,001 - 20,000,000 บาท	79	4.32	3.56	-0.76	9.198	0.000*
	20,000,001 บาทขึ้นไป	54	4.47	3.60	-0.86	10.424	0.000*

หมายเหตุผล : ค่าความแตกต่าง (P-E) คือ ค่าที่เกิดจาก ค่าการรับรู้จริง (P) – ค่าความคาดหวัง (E)

ค่าความแตกต่างของ P-E ที่ติดลบ หมายถึง ความคาดหวังสูงกว่าการรับรู้จริง แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจค่าความแตกต่าง

N คือ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม

* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.37 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มผลประกอบการต่อปีที่มีความคาดหวังต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก อันดับแรก คือ ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 20,000,001 บาทขึ้นไป ค่าเฉลี่ย = 4.47 อันดับรองลงมาคือ ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 10,000,001 - 15,000,000 บาท ค่าเฉลี่ย = 4.33 ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 15,000,001 - 20,000,000 บาท ค่าเฉลี่ย = 4.32 ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 5,000,001 - 10,000,000 บาท ค่าเฉลี่ย = 4.23 และผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปีไม่เกิน 5,000,000 บาท ค่าเฉลี่ย = 4.14 ตามลำดับ ส่วนการรับรู้จริง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มผลประกอบการต่อปีที่มีการรับรู้จริงต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมเป็นอันดับแรก คือ ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 5,000,001 - 10,000,000 บาท ค่าเฉลี่ย = 3.89 รองลงมาคือ ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปีไม่เกิน 5,000,000 บาท ค่าเฉลี่ย = 3.77 ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 10,000,001 - 15,000,000 บาท ค่าเฉลี่ย = 3.64 ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 20,000,001 บาทขึ้นไป ค่าเฉลี่ย = 3.60 และผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 15,000,001 - 20,000,000 บาท ค่าเฉลี่ย = 3.56 ตามลำดับ

เมื่อทำการทดสอบด้วยสถิติ t-test พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มผลประกอบการมีความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนระดับความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวม ที่กลุ่มผลประกอบการต่อปี มีการรับรู้จริงถึงความแตกต่างเป็นอันดับแรก คือ ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 20,000,001 บาทขึ้นไป (-0.86) อันดับรองลงมาคือ ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 15,000,001 - 20,000,000 บาท (-0.76) ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 10,000,001 - 15,000,000 บาท (-0.69) ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปีไม่เกิน 5,000,000 บาท (-0.37) และผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 5,000,001 - 10,000,000 บาท (-0.35) ตามลำดับ ซึ่งค่าความแตกต่างในด้านราคา โดยรวมของผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มผลประกอบการมีค่าเฉลี่ยเป็นลบ แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยด้านราคา โดยรวมยังคงให้บริการได้ไม่เท่ากับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มผลประกอบการ หรือกล่าวได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มผลประกอบการ ไม่พึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านราคา จำแนกตามกลุ่มผลประกอบการต่อปี พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปีไม่เกิน 5,000,000 บาท มีความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยย่อยด้านราคาทุกเรื่องแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนระดับความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยย่อยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปีไม่เกิน 5,000,000 บาท มีการรับรู้จริงถึงความแตกต่างเป็นอันดับแรก คือ เรื่องการ

ตั้งราคาที่เป็นมาตรฐานเหมาะสมทั้งคุณภาพและปริมาณอย่างดีเยี่ยม (-0.46) อันดับรองลงมาคือ การจำหน่ายสินค้าที่ราคาต่ำกว่าผู้จำหน่ายรายอื่น (-0.39) และการให้เงื่อนไขการชำระเงิน เช่น เงินสด, เครดิต ได้ตรงตามความต้องการ (-0.25) ตามลำดับ ซึ่งค่าความแตกต่างในทุกเรื่องมีค่าเฉลี่ยเป็นลบ แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านราคาทุกเรื่องยังคงให้บริการได้ไม่เท่ากับความคาดหวังของผู้ตอบ แบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปีไม่เกิน 5,000,000 บาท หรือกล่าวได้ว่า ผู้ตอบ แบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปีไม่เกิน 5,000,000 บาท ไม่พึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านราคา ทุกเรื่องของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 5,000,001 - 10,000,000 บาท มีความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยย่อยด้านราคาทุกเรื่องแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนระดับความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยย่อยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 5,000,001 - 10,000,000 บาท มีการรับรู้จริงถึงความแตกต่างเป็นอันดับแรก คือ เรื่องการจำหน่ายสินค้าที่ราคาต่ำกว่าผู้จำหน่ายรายอื่น (-0.46) อันดับรองลงมาคือ การตั้งราคาที่เป็นมาตรฐานเหมาะสมทั้งคุณภาพและปริมาณอย่างดีเยี่ยม (-0.32) และการให้เงื่อนไขการชำระเงิน เช่น เงินสด, เครดิต ได้ตรงตามความต้องการ (-0.26) ตามลำดับ ซึ่งค่าความแตกต่างในทุกเรื่องมีค่าเฉลี่ย เป็นลบ แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านราคาทุกเรื่องยังคงให้บริการได้ไม่เท่ากับความคาดหวังของ ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 5,000,001 - 10,000,000 บาท หรือกล่าวได้ว่า ผู้ตอบ แบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 5,000,001 - 10,000,000 บาท ไม่พึงพอใจต่อปัจจัยย่อย ด้านราคาทุกเรื่องของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 10,000,001 - 15,000,000 บาท มีความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยย่อยด้านราคาทุกเรื่องแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนระดับความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยย่อยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 10,000,001 - 15,000,000 บาท มีการรับรู้จริงถึงความแตกต่างเป็นอันดับแรก คือ เรื่องการจำหน่ายสินค้าที่ราคาต่ำกว่าผู้จำหน่ายรายอื่น (-0.78) อันดับรองลงมาคือ การตั้งราคาที่เป็น มาตรฐานเหมาะสมทั้งคุณภาพและปริมาณอย่างดีเยี่ยม (-0.65) และการให้เงื่อนไขการชำระเงิน เช่น เงินสด, เครดิต ได้ตรงตามความต้องการ (-0.63) ตามลำดับ ซึ่งค่าความแตกต่างในทุกเรื่องมีค่าเฉลี่ย เป็นลบ แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านราคาทุกเรื่องยังคงให้บริการได้ไม่เท่ากับความคาดหวังของ ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 10,000,001 - 15,000,000 บาท หรือกล่าวได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 10,000,001 - 15,000,000 บาท ไม่พึงพอใจต่อปัจจัย ย่อยด้านราคาทุกเรื่องของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 15,000,001 - 20,000,000 บาท มีความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยย่อยด้านราคาทุกเรื่องแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

0.05 ส่วนระดับความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยย่อยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 15,000,001 - 20,000,000 บาท มีการรับรู้จริงถึงความแตกต่างเป็นอันดับแรก คือ เรื่องการจำหน่ายสินค้าที่ราคาต่ำกว่าผู้จำหน่ายรายอื่น (-1.08) อันดับรองลงมาคือ การตั้งราคาที่เป็นมาตรฐานเหมาะสมทั้งคุณภาพและปริมาณอย่างดีเยี่ยม (-0.63) และการให้เงื่อนไขการชำระเงิน เช่น เงินสด, เครดิต ได้ตรงตามความต้องการ (-0.58) ตามลำดับ ซึ่งค่าความแตกต่างในทุกเรื่องมีค่าเฉลี่ยเป็นลบ แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านราคาทุกเรื่องยังคงให้บริการได้ไม่เท่ากับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 15,000,001 - 20,000,000 บาท หรือกล่าวได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 15,000,001 - 20,000,000 บาท ไม่พึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านราคาทุกเรื่องของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 20,000,001 บาทขึ้นไป มีความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยย่อยด้านราคาทุกเรื่องแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนระดับความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยย่อยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 20,000,001 บาทขึ้นไป มีการรับรู้จริงถึงความแตกต่างเป็นอันดับแรก คือ เรื่องการจำหน่ายสินค้าที่ราคาต่ำกว่าผู้จำหน่ายรายอื่น (-1.02) อันดับรองลงมาคือ การให้เงื่อนไขการชำระเงิน เช่น เงินสด, เครดิต ได้ตรงตามความต้องการ (-0.81) และการตั้งราคาที่เป็นมาตรฐานเหมาะสมทั้งคุณภาพและปริมาณอย่างดีเยี่ยม (-0.76) ตามลำดับ ซึ่งค่าความแตกต่างในทุกเรื่องมีค่าเฉลี่ยเป็นลบ แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านราคาทุกเรื่องยังคงให้บริการได้ไม่เท่ากับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 20,000,001 บาทขึ้นไป หรือกล่าวได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 20,000,001 บาทขึ้นไป ไม่พึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านราคาทุกเรื่องของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.38 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค จำกัดตามผลประกอบการในการดำเนินธุรกิจต่อปี

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ผลประกอบการในการดำเนินธุรกิจต่อปี	N	ความคาดหวัง	การรับรู้จริง	ค่าความแตกต่าง (P-E)	t-test	p-value
			ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย			
1. มีสินค้าเพียงพอต่อความต้องการเมื่อมีการสั่งซื้อ	ไม่เกิน 5,000,000 บาท	28	4.11	3.64	-0.46	4.264	0.000*
	5,000,001 - 10,000,000 บาท	50	4.48	4.08	-0.40	4.950	0.000*
	10,000,001 - 15,000,000 บาท	46	4.33	3.70	-0.63	6.630	0.000*
	15,000,001 - 20,000,000 บาท	79	4.56	4.04	-0.52	9.174	0.000*
	20,000,001 บาทขึ้นไป	54	4.69	3.81	-0.87	11.607	0.000*
2. ส่งสินค้าที่มีสภาพสมบูรณ์ถูกต้องและตรงต่อเวลา	ไม่เกิน 5,000,000 บาท	28	4.14	4.00	-0.14	1.441	0.161
	5,000,001 - 10,000,000 บาท	50	4.60	4.16	-0.44	4.831	0.000*
	10,000,001 - 15,000,000 บาท	46	4.57	3.91	-0.65	6.564	0.000*
	15,000,001 - 20,000,000 บาท	79	4.70	4.20	-0.49	8.310	0.000*
	20,000,001 บาทขึ้นไป	54	4.87	4.37	-0.50	5.518	0.000*
3. สามารถติดต่อทางโทรศัพท์ที่ได้สะดวกและรวดเร็ว	ไม่เกิน 5,000,000 บาท	28	4.21	3.89	-0.32	2.780	0.010*
	5,000,001 - 10,000,000 บาท	50	4.62	4.02	-0.60	3.969	0.000*
	10,000,001 - 15,000,000 บาท	46	4.48	3.57	-0.91	4.977	0.000*
	15,000,001 - 20,000,000 บาท	79	4.66	4.09	-0.57	5.369	0.000*
	20,000,001 บาทขึ้นไป	54	4.76	4.20	-0.56	4.148	0.000*
4. การกำหนดปริมาณการสั่งซื้อของเป็นที่ยอมรับมากที่สุด	ไม่เกิน 5,000,000 บาท	28	4.18	3.71	-0.46	3.855	0.001*
	5,000,001 - 10,000,000 บาท	50	4.46	4.02	-0.44	3.955	0.000*
	10,000,001 - 15,000,000 บาท	46	4.09	3.46	-0.63	5.769	0.000*
	15,000,001 - 20,000,000 บาท	79	4.38	3.75	-0.63	6.739	0.000*
	20,000,001 บาทขึ้นไป	54	4.22	3.52	-0.70	6.340	0.000*
5. สถานที่ตั้งหาง่ายและสะดวกในการเดินทาง	ไม่เกิน 5,000,000 บาท	28	3.96	3.36	-0.61	6.460	0.000*
	5,000,001 - 10,000,000 บาท	50	3.86	3.50	-0.36	5.250	0.000*
	10,000,001 - 15,000,000 บาท	46	3.72	3.13	-0.59	7.997	0.000*
	15,000,001 - 20,000,000 บาท	79	3.48	3.08	-0.41	7.287	0.000*
	20,000,001 บาทขึ้นไป	54	3.63	3.15	-0.48	7.015	0.000*

ตารางที่ 4.38 (ต่อ) การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค จำแนกตามผลประกอบการในการดำเนินธุรกิจต่อปี

ปัจจัยด้านช่องทาง ทางการจัดจำหน่าย	ผลประกอบการในการดำเนิน ธุรกิจต่อปี	N	ความ คาดหวัง	การรับรู้ จริง	ค่าความ แตกต่าง (P-E)	t-test	p-value
			ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย			
6. มีสถานที่จอดรถที่ สะดวกและเพียงพอ	ไม่เกิน 5,000,000 บาท	28	3.82	3.25	-0.57	5.279	0.000*
	5,000,001 - 10,000,000 บาท	50	3.76	3.38	-0.38	5.067	0.000*
	10,000,001 - 15,000,000 บาท	46	3.61	3.26	-0.35	4.165	0.000*
	15,000,001 - 20,000,000 บาท	79	3.47	3.18	-0.29	5.342	0.000*
	20,000,001 บาทขึ้นไป	54	3.43	2.96	-0.46	5.933	0.000*
รวม	ไม่เกิน 5,000,000 บาท	28	4.07	3.64	-0.43	6.379	0.000*
	5,000,001 - 10,000,000 บาท	50	4.30	3.86	-0.44	6.837	0.000*
	10,000,001 - 15,000,000 บาท	46	4.13	3.50	-0.63	8.750	0.000*
	15,000,001 - 20,000,000 บาท	79	4.21	3.72	-0.49	12.498	0.000*
	20,000,001 บาทขึ้นไป	54	4.27	3.67	-0.60	11.831	0.000*

หมายเหตุผล : ค่าความแตกต่าง (P-E) คือ ค่าที่เกิดจาก ค่าการรับรู้จริง (P) – ค่าความคาดหวัง (E)

ค่าความแตกต่างของ P-E ที่ติดลบ หมายถึง ความคาดหวังสูงกว่าการรับรู้จริงจริง แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจค่าความแตกต่าง

N คือ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม

* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.38 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มผลประกอบการต่อปีที่มีความคาดหวังต่อปัจจัยด้านช่องทางทางการจัดจำหน่าย โดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก อันดับแรก คือ ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 5,000,001 - 10,000,000 บาท ค่าเฉลี่ย = 4.30 อันดับรองลงมาคือ ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 20,000,001 บาทขึ้นไป ค่าเฉลี่ย = 4.27 ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 15,000,001 - 20,000,000 บาท ค่าเฉลี่ย = 4.21 ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 10,000,001 - 15,000,000 บาท ค่าเฉลี่ย = 4.13 และ ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปีไม่เกิน 5,000,000 บาท ค่าเฉลี่ย = 4.07 ตามลำดับ ส่วนการรับรู้จริง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มผลประกอบการต่อปีที่มีการรับรู้จริงต่อปัจจัยด้านช่องทางทางการจัดจำหน่าย โดยรวมเป็นอันดับแรก คือ ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 5,000,001 - 10,000,000 บาท ค่าเฉลี่ย = 3.86 รองลงมาคือ ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผล

ประกอบการต่อปี 15,000,001 - 20,000,000 บาท ค่าเฉลี่ย = 3.72 ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 20,000,001 บาทขึ้นไป ค่าเฉลี่ย = 3.67 ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปีไม่เกิน 5,000,000 บาท ค่าเฉลี่ย = 3.64 และผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 10,000,001 - 15,000,000 บาท ค่าเฉลี่ย = 3.50 ตามลำดับ

เมื่อทำการทดสอบด้วยสถิติ t-test พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มผลประกอบการมีความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อบัณฑิตด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนระดับความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อบัณฑิตด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวม ที่กลุ่มผลประกอบการต่อปีมีการรับรู้จริงถึงความแตกต่างเป็นอันดับแรก คือ ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 10,000,001 - 15,000,000 บาท (-0.63) อันดับรองลงมาคือ ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 20,000,001 บาทขึ้นไป (-0.60) ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 15,000,001 - 20,000,000 บาท (-0.49) ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 5,000,001 - 10,000,000 บาท (-0.44) และผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปีไม่เกิน 5,000,000 บาท (-0.43) ตามลำดับ ซึ่งค่าความแตกต่างในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวม ของผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มผลประกอบการมีค่าเฉลี่ยเป็นลบ แสดงให้เห็นว่า บัณฑิตด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมยังคงให้บริการได้ไม่เท่ากับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มผลประกอบการ หรือกล่าวได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มผลประกอบการไม่พึงพอใจต่อบัณฑิตด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยของบัณฑิตด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามกลุ่มผลประกอบการ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปีไม่เกิน 5,000,000 บาท มีความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อบัณฑิตย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเกือบทุกเรื่องแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้นเรื่องการส่งสินค้าที่มีสภาพสมบูรณ์ถูกต้องและตรงต่อเวลาที่พบว่าไม่มีความแตกต่าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนระดับความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อบัณฑิตย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปีไม่เกิน 5,000,000 บาท มีการรับรู้จริงถึงความแตกต่างเป็นอันดับแรก คือ เรื่องสถานที่ตั้งหาง่ายและสะดวกในการเดินทาง (-0.61) อันดับรองลงมาคือ การมีสถานที่จอดรถที่สะดวกและเพียงพอ (-0.57) การมีสินค้าเพียงพอต่อความต้องการเมื่อมีการสั่งซื้อ และการกำหนดปริมาณการสั่งซื้อของเป็นที่ยอมรับมากที่สุด (-0.46) สามารถติดต่อทางโทรศัพท์ได้สะดวกและรวดเร็ว (-0.32) และการส่งสินค้าที่มีสภาพสมบูรณ์ถูกต้องและตรงต่อเวลา (-0.14) ตามลำดับ ซึ่งค่าความแตกต่างในทุกเรื่องมีค่าเฉลี่ยเป็นลบ แสดงให้เห็นว่า บัณฑิตย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายทุกเรื่องยังคงให้บริการได้ไม่เท่ากับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปีไม่เกิน 5,000,000 บาท หรือกล่าวได้ว่า ผู้ตอบ

แบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปีไม่เกิน 5,000,000 บาท ไม่พึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายทุกเรื่องของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 5,000,001 - 10,000,000 บาท มีความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายทุกเรื่องแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนระดับความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 5,000,001 - 10,000,000 บาท มีการรับรู้จริงถึงความแตกต่างเป็นอันดับแรก คือ เรื่องสามารถติดต่อทางโทรศัพท์ได้สะดวกและรวดเร็ว (-0.60) อันดับรองลงมาคือ การส่งสินค้าที่มีสภาพสมบูรณ์ถูกต้องและตรงต่อเวลา และการกำหนดปริมาณการสั่งซื้อของเป็นที่ยอมรับมากที่สุด (-0.44) การมีสินค้าเพียงพอต่อความต้องการเมื่อมีการสั่งซื้อ (-0.40) การมีสถานที่จอดรถที่สะดวกและเพียงพอ (-0.38) และสถานที่ตั้งหาง่ายและสะดวกในการเดินทาง (-0.36) ตามลำดับ ซึ่งค่าความแตกต่างในทุกเรื่องมีค่าเฉลี่ยเป็นลบ แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายทุกเรื่องยังคงให้บริการได้ไม่เท่ากับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 5,000,001 - 10,000,000 บาท หรือกล่าวได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 5,000,001 - 10,000,000 บาท ไม่พึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายทุกเรื่องของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 10,000,001 - 15,000,000 บาท มีความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายทุกเรื่องแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนระดับความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 10,000,001 - 15,000,000 บาท มีการรับรู้จริงถึงความแตกต่างเป็นอันดับแรก คือ เรื่องสามารถติดต่อทางโทรศัพท์ได้สะดวกและรวดเร็ว(-0.91) อันดับรองลงมาคือ การส่งสินค้าที่มีสภาพสมบูรณ์ถูกต้องและตรงต่อเวลา (-0.65) การมีสินค้าเพียงพอต่อความต้องการเมื่อมีการสั่งซื้อ และการกำหนดปริมาณการสั่งซื้อของเป็นที่ยอมรับมากที่สุด (-0.63) สถานที่ตั้งหาง่ายและสะดวกในการเดินทาง (-0.59) และการมีสถานที่จอดรถที่สะดวกและเพียงพอ (-0.35) ตามลำดับ ซึ่งค่าความแตกต่างในทุกเรื่องมีค่าเฉลี่ยเป็นลบ แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายทุกเรื่องยังคงให้บริการได้ไม่เท่ากับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 10,000,001 - 15,000,000 บาท หรือกล่าวได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 10,000,001 - 15,000,000 บาท ไม่พึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายทุกเรื่องของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 15,000,001 - 20,000,000 บาท มีความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายทุกเรื่อง

แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนระดับความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 15,000,001 - 20,000,000 บาท มีการรับรู้จริงถึงความแตกต่างเป็นอันดับแรก คือ เรื่องการกำหนดปริมาณการสั่งซื้อของเป็นที่ยอมรับมากที่สุด (-0.63) อันดับรองลงมาคือ สามารถติดต่อทางโทรศัพท์ที่ได้สะดวกและรวดเร็ว (-0.57) การมีสินค้าเพียงพอต่อความต้องการเมื่อมีการสั่งซื้อ (-0.52) การส่งสินค้าที่มีสภาพสมบูรณ์ถูกต้องและตรงต่อเวลา (-0.49) สถานที่ตั้งหาง่ายและสะดวกในการเดินทาง (-0.41) และการมีสถานที่จอดรถที่สะดวกและเพียงพอ (-0.29) ตามลำดับ ซึ่งค่าความแตกต่างในทุกเรื่องมีค่าเฉลี่ยเป็นลบ แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายทุกเรื่องยังคงให้บริการได้ไม่เท่ากับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 15,000,001 - 20,000,000 บาท หรือกล่าวได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 15,000,001 - 20,000,000 บาท ไม่พึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายทุกเรื่องของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 20,000,001 บาทขึ้นไป มีความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายทุกเรื่องแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนระดับความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 20,000,001 บาทขึ้นไป มีการรับรู้จริงถึงความแตกต่างเป็นอันดับแรก คือ เรื่องการมีสินค้าเพียงพอต่อความต้องการเมื่อมีการสั่งซื้อ (-0.87) อันดับรองลงมาคือ การกำหนดปริมาณการสั่งซื้อของเป็นที่ยอมรับมากที่สุด (-0.70) สามารถติดต่อทางโทรศัพท์ที่ได้สะดวกและรวดเร็ว (-0.56) การส่งสินค้าที่มีสภาพสมบูรณ์ถูกต้องและตรงต่อเวลา (-0.50) สถานที่ตั้งหาง่ายและสะดวกในการเดินทาง (-0.48) และการมีสถานที่จอดรถที่สะดวกและเพียงพอ (-0.46) ตามลำดับ ซึ่งค่าความแตกต่างในทุกเรื่องมีค่าเฉลี่ยเป็นลบ แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายทุกเรื่องยังคงให้บริการได้ไม่เท่ากับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 20,000,001 บาทขึ้นไป หรือกล่าวได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 20,000,001 บาทขึ้นไป ไม่พึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายทุกเรื่องของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค

ตารางที่ 4.39 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค จำแนกตามผลประกอบการในการดำเนินธุรกิจต่อปี

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ผลประกอบการในการดำเนินธุรกิจต่อปี	N	ความคาดหวัง	การรับรู้จริง	ค่าความแตกต่าง (P-E)	t-test	p-value
			ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย			
1. มีการให้ของแถมและส่วนลดแก่สินค้า	ไม่เกิน 5,000,000 บาท	28	4.11	3.71	-0.39	2.819	0.009*
	5,000,001 - 10,000,000 บาท	50	4.22	3.84	-0.38	3.704	0.001*
	10,000,001 - 15,000,000 บาท	46	4.11	3.59	-0.52	3.375	0.002*
	15,000,001 - 20,000,000 บาท	79	4.52	3.82	-0.70	7.675	0.000*
	20,000,001 บาทขึ้นไป	54	4.24	3.78	-0.46	4.912	0.000*
2. มีพนักงานขายแนะนำสินค้าที่มีความเป็นกันเองและตอบคำถามของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง พร้อมทั้งติดตามผู้ตอบแบบสอบถามอย่างสม่ำเสมอ	ไม่เกิน 5,000,000 บาท	28	4.93	4.36	-0.57	4.382	0.000*
	5,000,001 - 10,000,000 บาท	50	4.42	3.98	-0.44	4.416	0.000*
	10,000,001 - 15,000,000 บาท	46	4.26	3.54	-0.72	6.027	0.000*
	15,000,001 - 20,000,000 บาท	79	4.48	3.89	-0.59	7.119	0.000*
	20,000,001 บาทขึ้นไป	54	4.56	3.98	-0.57	6.117	0.000*
3. มีการบริการหลังการขาย	ไม่เกิน 5,000,000 บาท	28	4.54	4.29	-0.25	2.049	0.050*
	5,000,001 - 10,000,000 บาท	50	4.34	3.90	-0.44	4.416	0.000*
	10,000,001 - 15,000,000 บาท	46	4.39	3.63	-0.76	8.556	0.000*
	15,000,001 - 20,000,000 บาท	79	4.58	3.80	-0.78	13.336	0.000*
	20,000,001 บาทขึ้นไป	54	4.81	3.87	-0.94	12.315	0.000*
4. มีการจัด Promotion และมีเอกสารแนะนำสินค้า	ไม่เกิน 5,000,000 บาท	28	4.36	3.93	-0.43	3.286	0.003*
	5,000,001 - 10,000,000 บาท	50	4.24	3.86	-0.38	4.735	0.000*
	10,000,001 - 15,000,000 บาท	46	4.39	3.57	-0.83	8.713	0.000*
	15,000,001 - 20,000,000 บาท	79	4.54	3.92	-0.62	9.439	0.000*
	20,000,001 บาทขึ้นไป	54	4.65	3.98	-0.67	7.280	0.000*

ตารางที่ 4.39 (ต่อ) ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค จำแนกตามผลประกอบการในการดำเนินธุรกิจต่อปี

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ผลประกอบการในการดำเนินธุรกิจต่อปี	N	ความคาดหวัง	การรับรู้จริง	ค่าความแตกต่าง (P-E)	t-test	p-value
			ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย			
5. มีการออกงานแสดงสินค้าและแจ้งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ให้กับฉันอย่างสม่ำเสมอ	ไม่เกิน 5,000,000 บาท	28	4.39	3.79	-0.61	6.460	0.000*
	5,000,001 - 10,000,000 บาท	50	4.20	3.92	-0.28	3.456	0.001*
	10,000,001 - 15,000,000 บาท	46	4.00	3.30	-0.70	8.539	0.000*
	15,000,001 - 20,000,000 บาท	79	3.80	3.38	-0.42	7.119	0.000*
	20,000,001 บาทขึ้นไป	54	4.17	3.48	-0.69	9.266	0.000*
รวม	ไม่เกิน 5,000,000 บาท	28	4.46	4.01	-0.45	5.205	0.000*
	5,000,001 - 10,000,000 บาท	50	4.28	3.90	-0.38	5.454	0.000*
	10,000,001 - 15,000,000 บาท	46	4.23	3.53	-0.70	9.483	0.000*
	15,000,001 - 20,000,000 บาท	79	4.38	3.76	-0.62	13.336	0.000*
	20,000,001 บาทขึ้นไป	54	4.49	3.82	-0.67	10.582	0.000*

หมายเหตุผล : ค่าความแตกต่าง (P-E) คือ ค่าที่เกิดจาก ค่าการรับรู้จริง (P) – ค่าความคาดหวัง (E)

ค่าความแตกต่างของ P-E ที่ติดลบ หมายถึง ความคาดหวังสูงกว่าการรับรู้จริง แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจค่าความแตกต่าง

N คือ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม

* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.39 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มผลประกอบการต่อปีที่มีความคาดหวังต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมากอันดับแรก คือ ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 20,000,001 บาทขึ้นไป ค่าเฉลี่ย = 4.49 อันดับรองลงมาคือ ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปีไม่เกิน 5,000,000 บาท ค่าเฉลี่ย = 4.46 ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 15,000,001 - 20,000,000 บาท ค่าเฉลี่ย = 4.38 ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 5,000,001 - 10,000,000 บาท ค่าเฉลี่ย = 4.28 และผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 10,000,001 - 15,000,000 บาท ค่าเฉลี่ย = 4.23 ตามลำดับ ส่วนการรับรู้จริง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มผลประกอบการต่อปีที่มีการรับรู้จริงต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมเป็นอันดับแรก คือ ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี

ไม่เกิน 5,000,000 บาท ค่าเฉลี่ย = 4.01 รองลงมาคือ ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 5,000,001 - 10,000,000 บาท ค่าเฉลี่ย = 3.90 ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 20,000,001 บาทขึ้นไป ค่าเฉลี่ย = 3.82 ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 15,000,001 - 20,000,000 บาท ค่าเฉลี่ย = 3.76 และผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 10,000,001 - 15,000,000 บาท ค่าเฉลี่ย = 3.53 ตามลำดับ

เมื่อทำการทดสอบด้วยสถิติ t-test พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มผลประกอบการมีความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อบัณฑิตด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนระดับความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อบัณฑิตด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวม ที่กลุ่มผลประกอบการต่อปีมีการรับรู้จริงถึงความแตกต่างเป็นอันดับแรก คือ ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 10,000,001 - 15,000,000 บาท (-0.70) อันดับรองลงมาคือ ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 20,000,001 บาทขึ้นไป (-0.67) ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 15,000,001 - 20,000,000 บาท (-0.62) ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปีไม่เกิน 5,000,000 บาท (-0.45) และผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 5,000,001 - 10,000,000 บาท (-0.38) ตามลำดับ ซึ่งค่าความแตกต่างในด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวม ของผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มผลประกอบการมีค่าเฉลี่ยเป็นลบ แสดงให้เห็นว่า บัณฑิตด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมยังคงให้บริการได้ไม่เท่ากับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มผลประกอบการ หรือกล่าวได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มผลประกอบการ ไม่พึงพอใจต่อบัณฑิตด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยของบัณฑิตด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามกลุ่มผลประกอบการพบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปีไม่เกิน 5,000,000 บาท มีความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อบัณฑิตย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดทุกเรื่องแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนระดับความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อบัณฑิตย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปีไม่เกิน 5,000,000 บาท มีการรับรู้จริงถึงความแตกต่างเป็นอันดับแรก คือ เรื่องมีการออกงานแสดงสินค้าและแจ้งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ให้กับฉันอย่างสม่ำเสมอ (-0.61) อันดับรองลงมาคือ การมีพนักงานขายแนะนำสินค้าที่มีความเป็นกันเองและตอบคำถามของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง พร้อมทั้งติดตามผู้ตอบแบบสอบถามอย่างสม่ำเสมอ (-0.57) มีการจัด Promotion และมีเอกสารแนะนำสินค้า (-0.43) มีการให้ของแถมและส่วนลดแก่สินค้า (-0.39) และมีการบริการหลังการขาย (-0.25) ตามลำดับ ซึ่งค่าความแตกต่างในทุกเรื่องมีค่าเฉลี่ยเป็นลบ แสดงให้เห็นว่า บัณฑิตย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดทุกเรื่องยังคงให้บริการได้ไม่เท่ากับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปีไม่เกิน 5,000,000 บาท หรือกล่าวได้ว่า ผู้ตอบ

แบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปีไม่เกิน 5,000,000 บาท ไม่พึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดทุกเรื่องของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 5,000,001 - 10,000,000 บาท มีความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดทุกเรื่องแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนระดับความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 5,000,001 - 10,000,000 บาท มีการรับรู้จริงถึงความแตกต่างเป็นอันดับแรก คือ เรื่องการมีพนักงานขายแนะนำสินค้าที่มีความเป็นกันเองและตอบคำถามของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง พร้อมทั้งติดตามผู้ตอบแบบสอบถามอย่างสม่ำเสมอ และมีการบริการหลังการขาย (-0.44) อันดับรองลงมาคือ มีการให้ของแถมและส่วนลดแก่สินค้า และมีการจัด Promotion และมีเอกสารแนะนำสินค้า (-0.38) และมีการออกงานแสดงสินค้าและแจ้งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ให้กับฉันอย่างสม่ำเสมอ (-0.28) ตามลำดับ ซึ่งค่าความแตกต่างในทุกเรื่องมีค่าเฉลี่ยเป็นลบ แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดทุกเรื่องยังคงให้บริการได้ไม่เท่ากับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 5,000,001 - 10,000,000 บาท หรือกล่าวได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 5,000,001 - 10,000,000 บาท ไม่พึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดทุกเรื่องของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 10,000,001 - 15,000,000 บาท มีความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดทุกเรื่องแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนระดับความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 10,000,001 - 15,000,000 บาท มีการรับรู้จริงถึงความแตกต่างเป็นอันดับแรก คือ เรื่องมีการจัด Promotion และมีเอกสารแนะนำสินค้า (-0.83) อันดับรองลงมาคือ มีการบริการหลังการขาย (-0.76) การมีพนักงานขายแนะนำสินค้าที่มีความเป็นกันเองและตอบคำถามของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง พร้อมทั้งติดตามผู้ตอบแบบสอบถามอย่างสม่ำเสมอ (-0.72) มีการออกงานแสดงสินค้าและแจ้งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ให้กับฉันอย่างสม่ำเสมอ (-0.70) และมีการให้ของแถมและส่วนลดแก่สินค้า (-0.52) ตามลำดับ ซึ่งค่าความแตกต่างในทุกเรื่องมีค่าเฉลี่ยเป็นลบ แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดทุกเรื่องยังคงให้บริการได้ไม่เท่ากับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 10,000,001 - 15,000,000 บาท หรือกล่าวได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 10,000,001 - 15,000,000 บาท ไม่พึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดทุกเรื่องของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 15,000,001 - 20,000,000 บาท มีความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดทุกเรื่องแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนระดับความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริม

การตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 15,000,001 - 20,000,000 บาท มีการรับรู้จริงถึงความแตกต่างเป็นอันดับแรก คือ เรื่องมีการบริการหลังการขาย (-0.78) อันดับรองลงมาคือ มีการให้ของแถมและส่วนลดแก่สินค้า (-0.70) มีการจัด Promotion และมีเอกสารแนะนำสินค้า (-0.62) มีการมีพนักงานขายแนะนำสินค้าที่มีความเป็นกันเองและตอบคำถามของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง พร้อมทั้งติดตามผู้ตอบแบบสอบถามอย่างสม่ำเสมอ (-0.59) และมีการออกงานแสดงสินค้าและแจ้งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ให้กับฉันอย่างสม่ำเสมอ (-0.42) ตามลำดับ ซึ่งค่าความแตกต่างในทุกเรื่องมีค่าเฉลี่ยเป็นลบ แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดทุกเรื่องยังคงให้บริการได้ไม่เท่ากับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 15,000,001 - 20,000,000 บาท หรือกล่าวได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 15,000,001 - 20,000,000 บาท ไม่พึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดทุกเรื่องของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 20,000,001 บาทขึ้นไป มีความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดทุกเรื่องแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนระดับความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 20,000,001 บาทขึ้นไป มีการรับรู้จริงถึงความแตกต่างเป็นอันดับแรก คือ เรื่องมีการบริการหลังการขาย (-0.94) อันดับรองลงมาคือ มีการออกงานแสดงสินค้าและแจ้งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ให้กับฉันอย่างสม่ำเสมอ (-0.69) มีการจัด Promotion และมีเอกสารแนะนำสินค้า (-0.67) มีการมีพนักงานขายแนะนำสินค้าที่มีความเป็นกันเองและตอบคำถามของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง พร้อมทั้งติดตามผู้ตอบแบบสอบถามอย่างสม่ำเสมอ (-0.57) และมีการให้ของแถมและส่วนลดแก่สินค้า (-0.46) ตามลำดับ ซึ่งค่าความแตกต่างในทุกเรื่องมีค่าเฉลี่ยเป็นลบ แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดทุกเรื่องยังคงให้บริการได้ไม่เท่ากับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 20,000,001 บาทขึ้นไป หรือกล่าวได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีผลประกอบการต่อปี 20,000,001 บาทขึ้นไป ไม่พึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดทุกเรื่องของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค